

# FARBEN NEWS

II AUGUST/AOÛT 2022

OFFIZIELLES ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZERISCHER FARBENFACHHÄNDLER (VSF)  
ORGANE OFFICIEL DE L'ASSOCIATION PROFESSIONNELLE SUISSE DES COMMERÇANTS EN PEINTURE (ASCP)



## TITELBILDSERIE/SÉRIE DE COUVERTURES 2022:

ARBEITEN VON LERNENDEN AUS DEM ÜBERBETRIEBLICHEN KURS (ÜK) 3 IM JAHR 2019.  
TRAVAUX RÉALISÉS PAR LES APPRENTIS DU COURS INTERENTREPRISES (CI) 3 EN 2019.

# NUR SCHÖN ODER AUCH SCHÜTZEND?

Sichtbetonfassaden sind im Trend, verlieren jedoch ohne Schutz rasch die optische Schönheit. Die Hydrophobierungen und Imprägnierungen von RUCO bieten eine langanhaltende Schutzwirkung. Entscheide clever – wähle RUCO!

Eines von  
vielen Highlights:  
RUCOPERL  
118 wv



## 52. GV vom 21. Mai 2022 in Glattfelden

Mit rund 35 Teilnehmenden – was deutlich unter der im Vorfeld eruierten Menge lag – wurde am Samstag, 21. Mai 2022 die erste physische GV «nach Corona» durchgeführt. Gestartet wurde im Autoatelier des Hausherrn im Hotel Riverside in Glattfelden. Im Anschluss eröffnete der Präsident die 52. ordentliche Generalversammlung 2022 und führte durch die rund 1,5 Stunden dauernde Sitzung. Das Rahmenprogramm mit Gala-Dinner rundete diesen Anlass dann ab.

Der erste physische Anlass nach Corona versprach ein spannender zu werden. Endlich konnte man sich wieder persönlich austauschen und über Gott und die Farben-Welt plaudern. Neu war dabei die Reduktion des Anlasses auf lediglich einen Tag, sowie das schlankere Programm, welches der Planungsunsicherheit bei Organisationsbeginn geschuldet war. Man durfte also gespannt sein, was der GV-Samstag mit sich brachte.

### Begrüssungskaffee inmitten von Oldtimern

So fanden sich am Samstag, 21. Mai 2022 bei schönstem Frühlingwetter rund 35 Teilnehmende im Autoatelier des Seminarhotels Riverside ein. Der Besitzer himself bereicherte das «Come together» mit Hintergrundinformationen und Anekdoten rund um die Location «Riverside» wie aber auch seine beeindruckende Sammlung an älteren und jüngeren Fahrzeugen.

Nach dieser Einstimmung ging man zum offiziellen Teil, der 52. Generalversammlung, über. Beat Capelli eröffnete seine letzte Sitzung als Präsident des VSF mit Gedanken zur «Zukunft des Fachhandels» und leitete dann zu den offiziellen Traktandenpunkten über.

Weder die Finanzen noch das Traktandum «Wahlen» boten Anlass zur Diskussion und die Versammlung folgte den Anträgen des Vorstandes in allen Punkten einstimmig und ohne Enthaltungen.

### Dechargeerteilung und Führungsverstärkung

Nebst der Decharge-Erteilung und den wie angekündigt wohl letztmalig gleichbleibenden Mitgliederbeiträgen wurden auch zwei neue Mitglieder ins VSF-Vorstandsgremium gewählt. Die beiden Herren Urs Buser, i. Fa. Akzo Nobel Coatings AG, Sempach-Station und Daniel Schawalder, i. Fa. boesner GmbH Unterentfelden, hatten sich erfreulicherweise für ein Vorstandsmandat zur Verfügung gestellt und wurden – ergänzend zu den



## 52<sup>e</sup> AG du 21 mai 2022 à Glattfelden

La première AG physique «en corona» a eu lieu le samedi 21 mai 2022 avec environ 35 participants – ce qui est nettement inférieur à la quantité déterminée au préalable. Le départ a été donné dans l'atelier automobile du maître de maison, l'hôtel Riverside à Glattfelden. Le président a ensuite ouvert la 52<sup>e</sup> assemblée générale ordinaire 2022 et a mené la séance qui a duré environ 1,5 heure. Le programme-cadre avec dîner de gala a ensuite complété cet événement.

La première manifestation physique après Corona promettait d'être passionnante. Nous avons enfin pu échanger personnellement et parler de Dieu et du monde des couleurs. La nouveauté résidait dans la réduction de la manifestation à une seule journée, ainsi que dans le programme allégé, dû à l'incertitude de la planification au début de l'organisation. On était donc impatient de voir ce que l'AG du samedi allait apporter.

### Café de bienvenue au milieu des voitures anciennes

C'est ainsi que le samedi 21 mai 2022, par un beau temps printanier, environ 35 participants se sont retrouvés dans l'atelier automobile de l'hôtel Riverside. Le propriétaire lui-même a enrichi le «Come together» avec des informations de fond et des anecdotes sur le lieu «Riverside», mais aussi sur son impressionnante collection de véhicules anciens et récents.

Après cette mise en bouche, on est passé à la partie officielle, la 52<sup>e</sup> assemblée générale. Beat Capelli a ouvert sa dernière réunion en tant que président de la VSF par des réflexions sur «l'avenir du commerce spécialisé» avant de passer aux points officiels de l'ordre du jour. Ni les finances ni le point «élections» n'ont donné lieu à discussion et l'assemblée a suivi les propositions du comité directeur à l'unanimité et sans abstention sur tous les points.

### Décharge et renforcement de la direction

Outre l'octroi de la décharge et le maintien, pour la dernière fois comme annoncé, des cotisations des membres, deux nouveaux membres ont été élus au comité de la VSF. Messieurs Urs Buser, i. Fa. Akzo Nobel Coatings AG, Sempach-Station, et Daniel Schawalder, i. Fa. boesner GmbH Unterentfelden, se sont heureusement mis à disposition pour un mandat au comité et ont été élus à l'unanimité – en complément des trois membres





drei bestätigten Bisherigen – einstimmig gewählt. Beide Vertreter sind langjährig in der Branche tätig und bestens bekannt. Sie verliehen ihrer Freude über die neue Aufgabe Ausdruck und dankten für das Vertrauen der anwesenden Stimmberechtigten.

**Präsidentale Nachfolge fehlt**

Bedauerlicherweise konnte trotz grossen Bemühungen keine Nachfolge fürs Präsidium gefunden werden. Dieser Umstand – nun schon zum zweiten Mal – gibt zu denken, leistet der VSF doch wertvolle Dienste alleine schon der Ausbildung neuer Fachkräfte wegen. Es wäre schade, wenn der Verband aus Mangel an engagierten Branchenvertretern eingehen würde. Daher sei an dieser Stelle nochmals ein Aufruf gestartet, wonach interessierte Branchenplayer sich gerne für ein Vorstands- oder eben Präsidialamt bei der Geschäftsstelle melden können.

Den sprichwörtlichen Plan B konnte der scheidende Präsident – welcher gebührend verabschiedet wurde – dann in Form einer Interimslösung präsentieren. Frau Jannine Bleisch, bis anhin Kassierin im Vorstand, hatte sich als Interims-Präsidentin zur Verfügung gestellt. Frau Bleisch gebührt daher ein herzliches Dankeschön für dieses Engagement!



Bruno Guzzo verabschiedet den Präsidenten Beat Capelli und verdankt dessen Einsatz in den letzten 5 Jahren als VSF-Präsident. Bruno Guzzo prend congé du président Beat Capelli et le remercie pour son engagement au cours des cinq dernières années en tant que président de la VSF.

actuels confirmés. Les deux représentants travaillent depuis de nombreuses années dans le secteur et sont bien connus. Ils ont exprimé leur joie d'assumer cette nouvelle tâche et ont remercié les électeurs présents de leur confiance.

**La succession présidentielle fait défaut**

Malheureusement, malgré de gros efforts, aucun successeur n'a pu être trouvé à la présidence. Cette situation – pour la deuxième fois déjà – donne à réfléchir, car la VSF rend de précieux services, ne serait-ce que pour la formation de nouveaux professionnels. Il serait dommage que l'association disparaisse faute de représentants engagés de la branche. C'est pourquoi nous lançons ici un nouvel appel aux acteurs de la branche intéressés par un poste au sein du comité directeur ou de la présidence.

Le président sortant – qui a été remercié comme il se doit – a ensuite pu présenter le proverbial plan B sous la forme d'une solution intérimaire. Madame Jannine Bleisch, jusqu'alors caissière au sein du comité directeur, s'est proposée comme

présidente par intérim. Nous remercions donc chaleureusement Mme Bleisch pour son engagement!

**Der neu gewählte Vorstand**

**Le comité nouvellement élu**



V. l.: Daniel Schawalder, Pietro Lamanuzzi, Jannine Bleisch, Urs Buser und Bruno Guzzo  
De gauche à droite: Daniel Schawalder, Pietro Lamanuzzi, Jannine Bleisch, Urs Buser et Bruno Guzzo

## Preisverleihung der anderen Art

An den Schlussqualifikationen 2021 reüssierten zwei Kandidaten in der Branche «Farben» ganz besonders gut. Frau Patricia Besmer, die ihre Lehre bei boesner in Zürich absolviert hat, erzielte das hervorragende Ergebnis von 5,9 an den Abschlussprüfungen. Der zweitbeste Abschluss erzielte ein Lernender aus der Romandie: Herr João da Silva Fernandes schloss seine Lehre, die er bei Color-Centre R. Meuwly SA, in Granges-Paccot, absolvierte, mit einer Gesamtnote von 5,3 ab. Bei der anschliessenden Preisverleihung staunten die Anwesenden nicht schlecht, als Herr da Silva, Familienvater erwachsener Kinder und gestandener Mann, den Preis sichtlich bewegt und stolz entgegennahm. Ein Novum, erwartet man unter den Preisträgern doch eher u20 als ü50. Herr da Silva hatte die volle dreijährige Lehrzeit zum Detailhandelsfachmann durchlaufen und alle Stationen gemeinsam mit seinen wesentlich jüngeren Mit-Lernenden absolviert. Ein an sich schon bemerkens- und bewundernswertes Engagement, das er mit viel Einsatz und Durchhaltewille dann noch mit dem zweitbesten Abschluss krönen konnte. Es sind in der Ausbildung also keine (Alters-)Grenzen gesetzt, was definitiv für ein gut funktionierendes und attraktives Schweizer Bildungssystem spricht.

Die zweite Preisverleihung konnte den Anwesenden – ebenfalls ein Novum – nur mittels Video angeboten werden. Aufgrund einer Terminkollision konnte Frau Besmer leider nicht an der GV teilnehmen und wurde daher vorgängig vom Präsidenten besucht. Diese Vorprägung wurde dann mittels Videofilm aufgezeichnet und für die Versammlung aufbereitet. Auch Frau Besmer hat sich sehr über diese Verbands-Auszeichnung und die Wertschätzung gefreut.

## Nach der Arbeit das Vergnügen

Nach dem offiziellen Teil folgte nun also «das Vergnügen». Die Sonne lachte vom Himmel und die Teilnehmenden genossen einen reichhaltigen Aperitif begleitet von Fachgesprächen und Networking. Auch zum gemeinsamen Bowlingspielen liessen sich einige Teilnehmende hinreissen und somit ergaben sich spassige Situationen mit ausgelassener Stimmung.

Den gemütlichen, genussreichen Teil genossen die Teilnehmenden dann in der stilvollen Turbinenstube, welche exklusiv für den VSF zur Verfügung stand. Das ausgewählte Gala-Menü vermochte zu überzeugen und trug zur guten Stimmung und weiteren interessanten Gesprächen bei.

Es darf in der Tat von einem erfolgreichen GV-Anlass gesprochen werden, der zwar neu strukturiert aber nicht minder gesellig und auf geschäftlicher Ebene als wertvoll und wichtig zusammengefasst werden kann.

Alexandra Kunz

Das GV-Protokoll wie auch Video und mehr Bilder finden Sie unter <https://www.farbenschweiz.ch/der-verband/generalversammlung/>

## Une remise de prix d'un autre genre

Lors des qualifications finales 2021, deux candidats ont particulièrement bien réussi dans la branche «peintures». Madame Patricia Besmer, qui avait terminé son apprentissage chez boesner à Zurich, a obtenu l'excellent résultat de 5,9 aux examens finaux. Le deuxième meilleur résultat a été obtenu par un apprenti de Suisse romande: Monsieur João da Silva Fernandes a terminé son apprentissage, qu'il a effectué chez Color-Centre R. Meuwly SA, à Granges-Paccot, avec une note globale de 5,3. Lors de la remise des prix qui a suivi, les personnes présentes ont été très étonnées de voir Monsieur da Silva, père de famille d'enfants adultes et homme confirmé, recevoir le prix visiblement ému et fier. Monsieur da Silva a suivi un apprentissage complet de trois ans en tant que gestionnaire du commerce de détail et a accompli toutes les étapes avec ses camarades d'apprentissage beaucoup plus jeunes que lui. Un engagement déjà remarquable et admirable en soi, qu'il a pu couronner avec le deuxième meilleur diplôme grâce à son engagement et à sa persévérance. Il n'y a donc pas de limites (d'âge) dans la formation, ce qui parle définitivement en faveur d'un système de formation suisse qui fonctionne bien et qui est attractif. La deuxième remise de prix n'a pu être proposée aux personnes présentes – une autre nouveauté – que par vidéo. En raison d'un conflit d'horaire, Mme Besmer n'avait malheureusement pas pu assister à l'AG et a

donc été visitée au préalable par le président. Cette pré-prime a ensuite été enregistrée au moyen d'un film vidéo et préparée pour l'assemblée. Mme Besmer s'est également réjouie de cette distinction de l'association et de l'estime qu'elle lui porte.

## Le plaisir après le travail

Après la partie officielle, place au «plaisir». Le soleil brillait dans le ciel et les participants ont profité d'un apéritif copieux accompagné de discussions professionnelles et de réseautage. Certains participants se sont également laissés tenter par une partie de bowling commune, ce qui a donné lieu à des situations amusantes et à une ambiance détendue.

Les participants ont ensuite passé un moment convivial et agréable dans la salle de la turbine, mise à disposition exclusivement pour l'ASCP. Le menu de gala choisi a su convaincre et a contribué à la bonne ambiance et à d'autres discussions intéressantes.

On peut en effet parler d'une AG réussie, certes restructurée, mais tout aussi conviviale et qui, sur le plan commercial, peut être résumée comme précieuse et importante.

Alexandra Kunz

Vous trouverez le procès-verbal de l'AG ainsi qu'une vidéo et plus de photos sous <https://www.farbenschweiz.ch/der-verband/generalversammlung/>



Steve Perruchoud, Président der Sektion Romand, führt durch die Preisverleihung von Herrn João da Silva Fernandes, bester Lehrabschlussabsolvent 2021 mit einer Note von 5,3. Steve Perruchoud, président de la section romande, préside la remise du prix à Monsieur João da Silva Fernandes, meilleur apprenti 2021 avec une note de 5,3.





# Impressionen der GV 2022

# Impressions de l'AG 2022

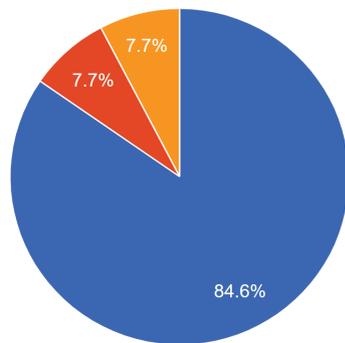




## Auswertung der GV-Umfragen

Die im Nachgang der GV durchgeführten Umfragen bei den GV-Teilnehmenden wie aber auch Nicht-Teilnehmenden hatten im Grundsatz ein positives Echo aufgezeigt. So zeigte man sich mit der Organisation und auch dem gebotenen Programm zufrieden bis sehr zufrieden. Auch die Lokalität vermochte – trotz etwas abgelegener Lage – absolut zu überzeugen. Die Versammlung entsprach den Erwartungen der Teilnehmenden bis auf die Tatsache, dass bedauerlicherweise nur eine sehr überschaubare Anzahl an Fachhändlern anwesend war und man sich hier definitiv ein etwas grösseres «Händlerfeld» gewünscht hätte.

### Wie beurteilen Sie die Reduktion der GV auf 1 Tag resp. was bevorzugen Sie? Que pensez-vous de la réduction de l'AG à 1 jour ou que préférez-vous?



## Analyse des sondages de l'AG

Les sondages effectués après l'AG auprès des participants et des non-participants ont montré que l'écho était en principe positif. Les participants se sont montrés satisfaits, voire très satisfaits, de l'organisation et du programme proposé. Le lieu, bien qu'un peu éloigné, a également été très convaincant. L'assemblée a répondu aux attentes des participants, à l'exception du fait que seul un nombre très limité de commerçants spécialisés étaient présents et que l'on aurait souhaité un «champ de commerçants» un peu plus important.

Angesprochen auf die neue 1-tägige Durchführungsform äusseren sich rund 85% sehr positiv und würden dies auch in Zukunft favorisieren. Zu Termin und Ort gingen erwartungsgemäss die unterschiedlichsten Präferenzwünsche ein. Ein alternierender Austragungsort liegt aber klar im Fokus.

Aufgrund der massiv tieferen Teilnehmerzahl von rund 35 – in den letzten Jahren waren 50+ Teilnehmende Standard – wollte der VSF-Vorstand ebenfalls mittels Umfrage herausfinden, wo «der Schuh drückte».

Die Rückmeldungen zeigten auf, dass es weder am Programm, noch am Ort noch grundsätzlich am Termin (unter Anderes und Bemerkungen ausgeführt) gelegen hatte. Vielmehr war es so, dass sich aktuell die privaten und geschäftlichen Termine häuften, sich ein «Corona-Aufholen» bemerkbar machte und daher klare Priorisierungen gesetzt werden mussten. Dass diese an einem Samstag dann eher privater Natur waren, war wenig überraschend. Die Frage nach dem GV-Modell wurde hingegen sehr kontrovers beantwortet. Seitens der Lieferanten würde man eine GV unter der Woche und z. T. sogar ohne Rahmenprogramm eher präferieren, wo hingegen der Fachhändler tendenziell die Wochenenden besser einrichten könnte und das gesellige Zusammensein noch einen anderen Stellenwert einnimmt. In welchem Monat die GV stattfinden sollte, war hingegen ganz klar: «Es spielt keine Rolle».

Mit diesen Erkenntnissen wird sich das leitende Vorstandsgremium befassen und über die künftigen GV-Ausgaben beraten.

(Anmerkung der Redaktion: Dies geschah an der VS-Sitzung vom 9. Juni 2022 und nach Abwägung aller Vor- und Nachteile wurde beschlossen, die nächste GV als 1-tägiger Event am **Samstag, 3. Juni 2023** durchzuführen.)

En ce qui concerne la nouvelle forme d'organisation d'une journée, 85% des participants se sont montrés très positifs et continueraient à privilégier cette solution à l'avenir. Comme on pouvait s'y attendre, les préférences les plus diverses ont été exprimées concernant la date et le lieu. L'alternance des lieux est toutefois clairement privilégiée. En raison de la baisse massive du nombre de participants (environ 35) – ces dernières années, la norme était de 50 participants et plus – le comité de l'ASCP a également voulu savoir, par le biais d'un sondage, «où le bât blessait».

Les réactions ont montré que ce n'était ni le programme, ni le lieu, ni même la date (voir Autres et remarques) qui étaient en cause. Il s'est avéré que les rendez-vous privés et professionnels se sont multipliés, qu'un «rattrapage de la Corona» s'est fait sentir et que des priorités claires ont donc dû être fixées. Il n'était pas surprenant que ces priorités soient plutôt de nature privée le samedi. En revanche, la question du modèle d'AG a été très controversée. Du côté des fournisseurs, on préférerait une AG en semaine et parfois même sans programme-cadre, alors que le commerçant spécialisé aurait tendance à mieux aménager les week-ends et à accorder une autre importance à la convivialité. En revanche, la question de savoir quel mois devait avoir lieu l'AG était très claire: «Cela n'a pas d'importance».

L'organe directeur du comité directeur se penchera sur ces conclusions et discutera des futures dépenses de l'AG.

(Note de la rédaction: cela a été fait lors de la réunion du comité du 9 juin 2022 et, après avoir pesé le pour et le contre, il a été décidé d'organiser la prochaine AG sous la forme d'un événement d'un jour, le **samedi 3 juin 2023**).



## Neumitglied

Per Juni 2022 konnte folgendes neues Kollektivmitglied gewonnen werden:

## Nouveau membre

Le nouveau membre collectif suivant a pu être recruté pour juin 2022:



### Innovative Farbenfirma

Die Dold AG ist der führende, innovative Schweizer Produzent hochwertiger und umweltbewussten Beschichtungslösungen. Spezialisiert auf die Fertigung und den Vertrieb von hochwertigen Farben und Nasslacken, beschäftigt das Unternehmen rund 110 Mitarbeitende.

Die Dold AG bietet ein umfangreiches Angebot für Farb- und Lacksysteme, die Erfahrung von einem ganzen Jahrhundert und neuste Ergebnisse aus den eigenen Labors sowie vielfältige Dienstleistungen. Die Firma ist fortschrittlich, aber auch ein bodenständiges und traditionelles Familienunternehmen geblieben. Nebst der Entwicklung innovativer Produkte, welche auch zu Architekturtrends führten, hat sich der Farbenhersteller schon früh mit dem Thema Umweltschutz beschäftigt. Die Dold AG entwickelt und produziert kontinuierlich Novitäten und Spezialitäten für Wände, Oberflächen und Böden. Im Jubiläumsjahr 2021 hat das Unternehmen mit der Einführung der ersten klimaneutralen Farbe der Schweiz einen nächsten Meilenstein gesetzt.

Die Schweizer Firma mit Sitz in Wallisellen (ZH) blickt bereits auf stolze 100 Jahre Firmengeschichte zurück. Am 1. August 1921 wurde die Hans Dold & Co. gegründet. Im vergangenen Jahr 2021 konnte das Jubiläum gefeiert werden. Dies mag ein Meilenstein sein. Doch bei DOLD denkt man seit jeher an die Zukunft. Das Familienunternehmen wird heute gemeinsam von der dritten und vierten Generation geführt. Innovation, «Swiss made» und Nachhaltigkeit sind Kernwerte der DOLD-Philosophie und wesentlich verantwortlich für die erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens.

*Der VSF-Vorstand freut sich auch im Namen der ganzen Mitgliedschaft sehr, die Firma Dold AG aus Wallisellen im Kreise der VSF-Mitglieder herzlich willkommen zu heissen.*

### Entreprise de peinture innovante

Dold AG est le producteur suisse leader et innovant de solutions de revêtement de haute qualité et respectueuses de l'environnement. Spécialisée dans la fabrication et la distribution de peintures et de vernis humides de haute qualité, l'entreprise emploie environ 110 personnes.

Dold AG propose une vaste gamme de systèmes de peinture et de vernis, l'expérience de tout un siècle et les résultats les plus récents de ses propres laboratoires, ainsi que des services variés. L'entreprise est progressiste, mais elle est aussi restée une entreprise familiale terre à terre et traditionnelle. Outre le développement de produits innovants, qui ont également conduit à des tendances architecturales, le fabricant de peintures s'est très tôt préoccupé de la protection de l'environnement. Dold AG développe et produit en permanence des nouveautés et des spécialités pour les murs, les surfaces et les sols. En 2021, année de son anniversaire, l'entreprise a posé un nouveau jalon en lançant la première peinture climatiquement neutre de Suisse.

L'entreprise suisse, dont le siège est à Wallisellen (ZH), peut déjà s'enorgueillir de ses 100 ans d'histoire. Le 1<sup>er</sup> août 1921, Hans Dold & Co. a été fondée. L'année dernière, en 2021, le jubilé a pu être fêté. Il s'agit peut-être d'une étape importante. Mais chez DOLD, on pense depuis toujours à l'avenir. L'entreprise familiale est aujourd'hui dirigée conjointement par la troisième et la quatrième génération. L'innovation, le «Swiss made» et la durabilité sont des valeurs clés de la philosophie de DOLD et sont largement responsables du développement réussi de l'entreprise.

*Le comité de l'ASCP est très heureux, au nom de tous les membres, de souhaiter la bienvenue à l'entreprise Dold AG de Wallisellen parmi les membres de l'ASCP.*



### Impressum

Herausgeber: Verband Schweizerischer Farbenfachhändler (VSF), Neugutstrasse 12, 8304 Wallisellen  
T +41 44 878 70 68, info@farbenschweiz.ch, www.farbenschweiz.ch  
Redaktion und Verlag: Alexandra Kunz – Layout: Andrea Maag – Druck: Swissavant, Wallisellen  
Erscheinung der Farben News: 3x jährlich

## Vom traditionsreichen Steinbruch zum anspruchsvollen Graffitischutz

Einer der schönsten und interessantesten Steine aus der Schweiz ist der Vert de Salvan. In den vergangenen Monaten wurde die Fassade des neuen PJZ (Polizei- und Justizgebäude des Kanton Zürich, Bezug April'22) damit verkleidet. Gewonnen wird dieser grüne Stein von einem Kleinbetrieb in Salvan, einem Dorf südlich oberhalb von Martigny. Wie er gegen Verunstaltungen geschützt werden kann, wurde ausgiebig getestet.

Dieser unterwalliser Steinbruch, umgeben von einem bewaldeten Naturschutzgebiet, wird von drei hochspezialisierten Mitarbeitenden der Firma Capinat SA betrieben. Der Stein ist kompakt «gewachsen», weist nur wenige natürliche Risse auf und kann deshalb ohne viel «Bruch» mit der Seilsäge blockweise aus dem Fels geschnitten werden (s. Bild 1). Bevor die diamantbesetzten Seile eingezogen werden, sind die grossen Steinbohrer im Einsatz. Die gebohrten vertikalen und horizontalen Löcher mit wenigen Zentimeter Durchmesser definieren die Grösse der Blöcke. Sprengungen sind in diesem Steinbruch unnötig, ja verpönt. Die Blöcke mit einem Gewicht von 22–24 Tonnen messen rund 4 x 2,50 x 2 m. Sie werden einzeln auf LKWs geladen und via naturbelassene, holprige Zufahrtsstrasse zur asphaltierten Strasse nach Martigny ins Lager gefahren. Hier werden sie für die Weiterverarbeitung zwischengelagert.

### Kein Zuschnitt in der Schweiz

In der Schweiz gibt es kein Werk, das über eine Plattensäge für grosse Volu-

men und Flächen verfügt. Die Blöcke werden mit der Bahn oder Lastwagen nach Italien transportiert. Italien verfügt seit mehreren Jahrhunderten über eine weltweit bekannte, hervorragende Steinverarbeitungsindustrie. Dort werden die Blöcke in Platten von 2 oder 3 cm Dicke als Stufen oder zu Blockmaterial geschnitten, oberflächenveredelt (z. B. gestrahlt, geflammt, gebürstet oder poliert), objektgerecht konfektioniert und dem Kunden geliefert.

### Ursprung als Urgebirgs-Kiesgrube

Entstanden ist Vert de Salvan aus einem Urgebirge, das vor 300–350 Mio. Jahren in Sand und Geröll zerfallen ist. Mit der Entstehung der Alpen wurde diese «Kiesgrube» zwischen den sich neu bildenden und aufstossenden Felsmassen eingeklemmt und unter hohen Druck gesetzt und verpresst. Dieser Druck verdichtete Sand, Geröll und Kiesel zu einem neuen Stein, einem Konglomerat – dem Vert de Salvan. Dieses stofflich fast einheitliche Gemenge ist weltweit einzigartig. Chemisch gesehen ist es ähnlich Granit oder

Gneis (diese sind jedoch Produkte der heissen, fliessfähigen Masse des Erdmantels). Vert de Salvan, ein eigentliches Abbauprodukt einer urzeitlichen Bergregion, hat auch granitähnliche Eigenschaften; steinkundlich gesehen weist es eine ähnliche chemische Zusammensetzung auf. Vert de Salvan ist sehr hart, dicht und beständig gegen Säuren und Laugen. Aus diesen Gründen eignet sich dieses Gestein sehr gut für Innenwie auch Aussenanwendungen am Bau. Gestrahlt, wie dies die Fassadenplatten des PJZ sind, zeigen die Flächen die ganze Breite der Gesteinsnatur. Es gibt Platten mit viel Feingutanteil, und Platten mit mengenmässig unterschiedlicher Anzahl an kleineren und grossen Kieselsteinen. Das Leben an Grüntönen, etwas durchzogen von Flussspat- und Quarzadern und unterschiedlichen Gemischen, ist auf einer geschnittenen Fläche in grossartiger Vielfalt zu sehen.

### Einst fast vergessen, heute begehrt

Vert de Salvan, einst als Steinbruch fast in Vergessenheit geraten, wurde vor rund 20



1) Bei Martigny wird der Vert de Salvan gewonnen: rechts unten der «Bruch», oben links die frische Abbau-Wand, im Vordergrund zwei fertige Blöcke zum Verlad.



2) Grüntöne in vielfältiger Form: der widerstandsfähige Vert de Salvan als Fassade des neuen Zürcher PJZ.



Jahren durch die Firma Capinat SA reaktiviert. Das Kleinunternehmen wird durch Benoni Giuseppe Chapellu geführt. Seither ist das Unternehmen gewachsen und prosperiert. Neben dem Steinbruch von Salvan gehört noch ein weiterer, in Evolène, zum Unternehmen. Heute beliefert man mit exklusivem – da nur in relativ kleinen Mengen verfügbar –, hoch belastbarem und dekorativem Stein den anspruchsvollen und nachhaltigen Bau (s. Bild 2). So wird dieser facettenreiche Stein in allen möglichen Formen bis nach Australien und in die USA exportiert. Bauherren für moderne Architektur, Küchenbauer, Stadt- und Gartengestalter setzen ihn als Fassadenplatten, Bodenplatten, Treppenstufen, Gestaltungselemente in Freiräumen und Gebäuden ein. In der Schweiz wird er überdies gerne als Küchen- und Badmöbelabdeckung eingesetzt.

**Anspruchsvoller Graffitienschutz**

An öffentlichen, exponierten Gebäuden ist ein Graffitienschutz der Fassaden häufig

nötig, um diese gegen Farbvandalismus zu schützen (vgl. Bild 3). Dies entscheiden auch die Verantwortlichen für das Grossprojekt neues PJZ. Gefordert war eine langlebige, möglichst unsichtbare Substanz, die zudem den Untergrund nicht oder sehr wenig verändert. In einem vom Bauherrn vorgegebenen Auswahlverfahren wurde das Produkt Fluorosil FC von Scheidel GmbH/Duratec AG als geeignetes, permanentes Graffiti-Schutzprodukt ausgewählt. Auf dem gestrahlten Vert de Salvan ist Fluorosil FC nur vom geübten Betrachter wahrnehmbar. Es verändert weder die Färbung des Gesteins noch das Erscheinungsbild als Ganzes; und der Stein lässt sich mit Scheidel Graffitireinigungsprodukten und der notwendigen Ausrüstung einfach von Schmierereien reinigen. Bei DURatec AG sind Informationen und Produkte zum Thema Graffitienschutz und -reinigung erhältlich.

*Text und Bilder: Rolf Nauer, Duratec AG*



3) Der Graffitienschutz soll den Stein unauffällig und nachhaltig schützen.





## COLORMATIC WUNSCHFABTON AUS DER SPRAYDOSE

Unsere Partnerfirma Rupf & Co. mischt Farben nach Kundenwunsch und füllt sie in unsere Spraydosen ab.



european-aerosols – Leading in spray solutions  
[www.ruco.ch](http://www.ruco.ch) | [www.european-aerosols.com](http://www.european-aerosols.com)



## Die Marke Festool – Kult, Innovation und treue Fans

Wie wird ein Produkt eigentlich Kult? Oder besser: Wie kann man eine treue Kundschaft halten und sie zugleich für Neues begeistern? Darüber haben für Festool die Aufsichtsratsvorsitzende Barbara Austel und der Vorstandsvorsitzende Sascha Menges in der Podcast-Serie «Marken des Jahrhunderts» des renommierten deutschen ZEIT Verlags gesprochen. Das folgende Interview stellt eine gekürzte Fassung des Podcast-Beitrags dar. Die volle Version ist in deutscher Sprache unter anderem bei Spotify, iTunes und Co. verfügbar.



### Sascha Menges

Vorstandsvorsitzender  
und

### Barbara Austel

Aufsichtsratsvorsitzende der Festool GmbH,  
Wendlingen a.N. (DE)

### Seit wann gibt es Festool als Marke? Und wie fing alles an?

**Barbara Austel:** Mein Grossvater hat 1925 zusammen mit einem Partner das Unternehmen gegründet, es hiess Fezer & Stoll. Der Zweck des Unternehmens war, stationäre Holzbearbeitungsmaschinen zu reparieren.

Der Partner, mit dem mein Grossvater angefangen hatte, ist allerdings nach ein paar Jahren bereits ausgeschieden und mein Grossvater machte allein mit seinem Team weiter. Irgendwann kam die Idee auf, dass man die Maschinen nicht nur reparieren, sondern auch selbst und sogar noch besser bauen könnte. Mir persönlich ist es bis heute ein Rätsel, wie mein Grossvater das schaffen konnte – während einer Weltwirtschaftskrise und dem Zweiten Weltkrieg. In den 1950er Jahren entstanden dann die ersten handgetragenen Elektrowerkzeuge. Das war ein richtiger Durchbruch, da man zum ersten Mal das Werkzeug zum Werkstück bringen konnte. So wandelte sich das Geschäft hin zum Elektrowerkzeug.

Parallel entstand noch ein weiterer Geschäftszweig mit Pneumatik und Industrieanlagen. Diese Bereiche entwickelten

sich mit den Jahrzehnten kontinuierlich auseinander, sodass wir im Jahr 2000 entschieden haben, die Unternehmen zu teilen. So bestand einerseits die Marke Festool mit Automatisierungstechnik und Pneumatik und aus der Festool Tooltechnik wurde der Name Festool. Mittlerweile sind wir mit Festool eine feste Grösse im internationalen Werkzeugmarkt.

### Was macht eure Marke stark?

**Sascha Menges:** Eine starke Marke ist kein Zufall, sondern das Ergebnis der Arbeit über Jahre und Jahrzehnte, von Fokus und Unternehmergeist, mit Lösungen, die die Marke stärken. Mich persönlich hat das von Anfang an begeistert, wie dieser Anspruch, dem Profi immer bessere und durchdachtere Geräte anzubieten, sich durch alles durchzieht, was wir bei Festool machen – für unsere Kernsegmente Schreiner, Zimmerleute und Maler. Wir haben auch viele Mitarbeitende, die aus genau diesen drei Gewerken kommen und ihr Know-how über frühere Ausbildungen ins Unternehmen gebracht haben. Und so haben wir die Situation, wo wir von Profis für Profis Produkte entwickeln. Unsere Mitarbeitenden sind auch

der Schlüssel zum Erfolg unseres Unternehmens.

### Wie treu sind denn eure Kunden?

**Sascha Menges:** Ich würde sagen extrem treu. Ich würde sogar so weit gehen zu sagen, dass, wer einmal ein Gerät von uns in der Hand gehabt hat, der kommt von Festool nicht mehr weg.

**Barbara Austel:** Puh Sascha, das ist jetzt aber ein ziemlich dickes Brett (lacht).

**Sascha Menges:** Das ist eine nette Metapher in unserem Kontext (lacht). Doch Spass beiseite: Kundentreue ist für uns äusserst wichtig und kein Automatismus, sondern etwas, das immer wieder neu auf die Probe gestellt wird. Denn Treue kommt ja nicht von allein, Treue ist das Resultat von Zufriedenheit. Die Marke verspricht etwas, aber entscheidend ist am Ende das Kundenerlebnis – eine Interaktion mit der Marke, bei uns mit dem Werkzeug –, dass das Markenversprechen nicht nur eingehalten, sondern auch immer wieder übertroffen wird. Es ist diese Begeisterung, diese Überraschung, die dann zur Treue führt.

# Architektur für mehr Vertrauen? Wie sich Vertrauen systematisch aufbauen lässt

Unternehmen brauchen das Vertrauen ihrer Kund\*innen. Denn ohne Vertrauen werden Angebote abgelehnt, Produkte zur Seite gelegt oder Websites verlassen. Der Kontakt zwischen Unternehmen und ihren Kund\*innen mündet dann nicht in der gewünschten Kooperation. Das Wertangebot verpufft. Müssten Unternehmen vor diesem Hintergrund nicht möglichst explizit und systematisch an der Entwicklung von Vertrauen arbeiten? Dieser Artikel ist genau dafür ein Plädoyer. Und er erklärt, wie erfolgreiche Unternehmen auf smarte Weise echtes Vertrauen zu ihren Kund\*innen aufbauen.



Dr. Eric Eller

Dr. Eric Eller Sozialpsychologe und Senior Managing Consultant bei elaboratum. Sein neues Buch «**VERTRAUENSARCHITEKTUR**» erschien im März 2022 im Vahlen Verlag.

Stellen wir uns die folgende Situation vor: Eine Person, die Sie vorher nie getroffen haben, steht vor Ihrer Tür und möchte bei Ihnen übernachten. Würden Sie zustimmen? Vermutlich nicht: Sie wissen nicht, ob Sie der fremden Person vertrauen können. Die Person könnte sich als unangenehmer Gast entpuppen. Oder noch schlimmer: Als Serienkiller. Trotzdem hat es das US-Unternehmen Airbnb geschafft, dass sich seine User in den letzten 13 Jahren mehr als 500 Mio. mal genau dafür entschieden haben, eine fremde Person bei sich zu Hause übernachten zu lassen. Und das mit enormem Erfolg: Das Unternehmen ist mittlerweile mehr als 100 Mrd. USD wert. Wer die Geschichte des Unternehmens kennt, weiss: Dieses neue Vertrauen zwischen Gastgebern und Reisenden ist alles andere als zufällig entstanden. Stattdessen hat das Unternehmen gemeinsam mit der Harvard Business School akribisch untersucht, wovon das Vertrauen seiner Nutzer\*innen abhängt und systematisch die notwendigen Rahmenbedingungen für echtes Vertrauen hergestellt. Vertrauen entsteht also nicht zufällig. Vielmehr ist aus jahrzehntelanger Forschung recht gut bekannt, unter wel-

chen Bedingungen es entstehen kann. Indem Unternehmen die richtigen Voraussetzungen schaffen, können sie die Entstehung von Vertrauen wahrscheinlicher machen. Derartige Vertrauensarbeit lässt sich als Vertrauens-Architektur begreifen: Ähnlich systematisch wie Architekt\*innen etwa Brücken und Häuser planen, lässt sich auch die Entwicklung von Vertrauen angehen. Dafür braucht es sowohl psychologisches Wissen über die Determinanten von Vertrauen als auch eine sinnvolle methodische Vorgehensweise.

## Die Frage ist nicht, ob wir Vertrauen brauchen, sondern worin

Der Erfolg von Unternehmen hängt massgeblich vom Vertrauen ab, das ihnen entgegengebracht wird. Dabei sollte berücksichtigt werden, dass wir einander nicht grundsätzlich vertrauen, sondern sehr differenziert. Ein Beispiel: Viele werden zustimmen, der Post zu vertrauen. Täglich dürfen wir erleben, wie das geschichtsträchtige Unternehmen seine Versprechen hält, indem es unsere Briefe, Dokumente und Pakete verlässlich am vereinbarten Ort abliefern. Das hohe Vertrauen in das Kerngeschäft der Post ist aber nicht ohne Weiteres auf andere Bereiche übertragbar. So musste z. B. die deutsche Post im Januar 2020 den E-Postbrief nach zehn erfolglosen Jahren einstellen. Wir vertrauen der Post zwar, dass sie unsere Briefe verlässlich zustellt – aber offenbar nicht, dass sie dies auch im Digitalkontext schafft. Unternehmen, die an der Entwicklung des Kund\*innenvertrauens arbeiten, sollten deshalb möglichst präzise definieren, worin ihnen ihre Kund\*innen vertrauen können sollen. Ähnlich wie die Post werden sie dabei in vielen Fällen feststellen: Das heute bestehende Vertrauen ist nicht das, was es auch für eine erfolgreiche Zukunft braucht.

## Die drei Voraussetzungen für Vertrauen lauten Wollen, Können und Einschätzen

Damit echtes Vertrauen zwischen Unternehmen und ihren Kund\*innen entstehen kann, müssen drei Voraussetzungen erfüllt sein: Wollen, Können und Einschätzen. Und auch wirklich nur, wenn alle drei Voraussetzungen erfüllt sind, kann echtes Vertrauen entstehen.

## Das Ziel von Vertrauens-Architektur ist Vertrauenswürdigkeit

Für Unternehmen ist Vertrauen ein grundlegender Erfolgsfaktor. Ohne Vertrauen keine Kooperation und ohne Kooperation keine Unternehmung. Die Entwicklung von Vertrauen sollte für Unternehmen an höchster Stelle stehen. Echtes Vertrauen kann aber nur entstehen, wenn Unternehmen nachhaltig im Sinne der Kund\*innen handeln und dafür sorgen, dass sich ihr Vertrauen für sie auszahlt. Andersherum: Wenn Vertrauen ausgenutzt wird, wird es im Keim erstickt. Das Ziel sollte hier also nicht Conversion-Optimierung lauten, nicht Umsatzsteigerung und auch nicht Customer Lifetime Value. Das Ziel von Vertrauensarbeit ist die Entwicklung von Vertrauen zwischen Unternehmen und ihren Kund\*innen. Und dafür braucht es den festen Willen, sich Kund\*innen gegenüber vertrauenswürdig zu verhalten. Dabei muss nachhaltige Vertrauensentwicklung nicht im Widerspruch mit kurzfristiger Umsatzsteigerung stehen. Es gilt, Kund\*innenerlebnisse zu gestalten, die beide Seiten in Einklang bringen: Umsatz und Wachstum auf der einen Seite und Kund\*innenvertrauen auf der anderen Seite.

[www.elaboratum.ch](http://www.elaboratum.ch),  
[www.vertrauensarchitektur.de](http://www.vertrauensarchitektur.de)

# STOP! Protéger les personnes en formation contre les accidents.

Chaque année, 25 000 personnes en formation sont victimes d'un accident du travail. Pour que ce chiffre baisse, elles doivent pouvoir compter sur le soutien de leurs formateurs et oser dire STOP en cas de danger.

En m'approchant, j'ai vu deux corps sans vie recouverts de draps», se rappelle Thomas Schwegler, responsable d'une PME. Jamais il ne pourra oublier la tragédie qui a coûté la vie à un collaborateur et à un apprenti dans son entreprise. «Avant l'accident, je n'aurais jamais imaginé me retrouver un jour dans cette situation. Si seulement quelqu'un avait dit STOP!»

## Un risque élevé

Chaque année, une personne en formation sur huit est victime d'un accident professionnel et deux perdent la vie. Le risque d'accident est près de deux fois plus élevé chez les apprentis que chez les autres travailleurs. Il y a plusieurs raisons à cela: les apprentis sont des novices dans leur métier et dans l'entreprise. Moins expérimentés que leurs collègues, ils ont aussi tendance à être moins prudents, à se surestimer et à ne pas oser poser de questions. En outre, leurs chefs n'ont pas toujours un comportement exemplaire et ne leur donnent pas assez d'instructions. Leur responsabilité est donc d'autant plus grande.

## La carte STOP, un symbole

Personnes de confiance et figures-clés en matière de sécurité, les formateurs et formatrices jouent un rôle essentiel durant l'apprentissage. La carte STOP sert de garante d'un apprentissage en toute sécurité: complétée avec les jeunes au début de la formation, elle symbolise le droit et l'obligation de dire STOP en cas de danger. Les personnes en formation doivent dire STOP si une règle vitale n'est pas respectée, si une tâche n'est pas claire ou si elles manquent de confiance en elles ou se sentent dépassées.

## Encourager à dire STOP

Il n'est pas toujours facile de dire STOP et d'interrompre le travail en cas de danger: pour y arriver, les apprentis doivent faire preuve de courage et avoir confiance en eux. Échanger avec d'anciens apprentis ou avec leurs camarades de l'école professionnelle peut les y aider: les personnes du même âge sont les plus à même de les encourager à oser dire STOP en cas de danger.

Dans l'entreprise, les supérieurs ont tout intérêt à expliquer aux jeunes comment se comporter si quelqu'un réagit mal lorsqu'ils disent STOP. Les apprentis auront davantage confiance en eux s'ils peuvent poser autant de questions qu'ils le souhaitent. Étant encore en formation, ils ont en effet le droit de ne pas être sûrs et de le dire.

Source: [suva.ch](http://suva.ch),

Texte: Regula Müller,

Illustration: tnt-graphics

## Apprentissage en toute sécurité

### Guides «10 étapes pour un apprentissage en toute sécurité»:

Pour les personnes en formation: [suva.ch/88273.f](http://suva.ch/88273.f)

Pour les responsables: [suva.ch/88286.f](http://suva.ch/88286.f)

Autres supports de formation (affiches, films): [suva.ch/apprentis](http://suva.ch/apprentis)

**Dix étapes pour un apprentissage en toute sécurité**

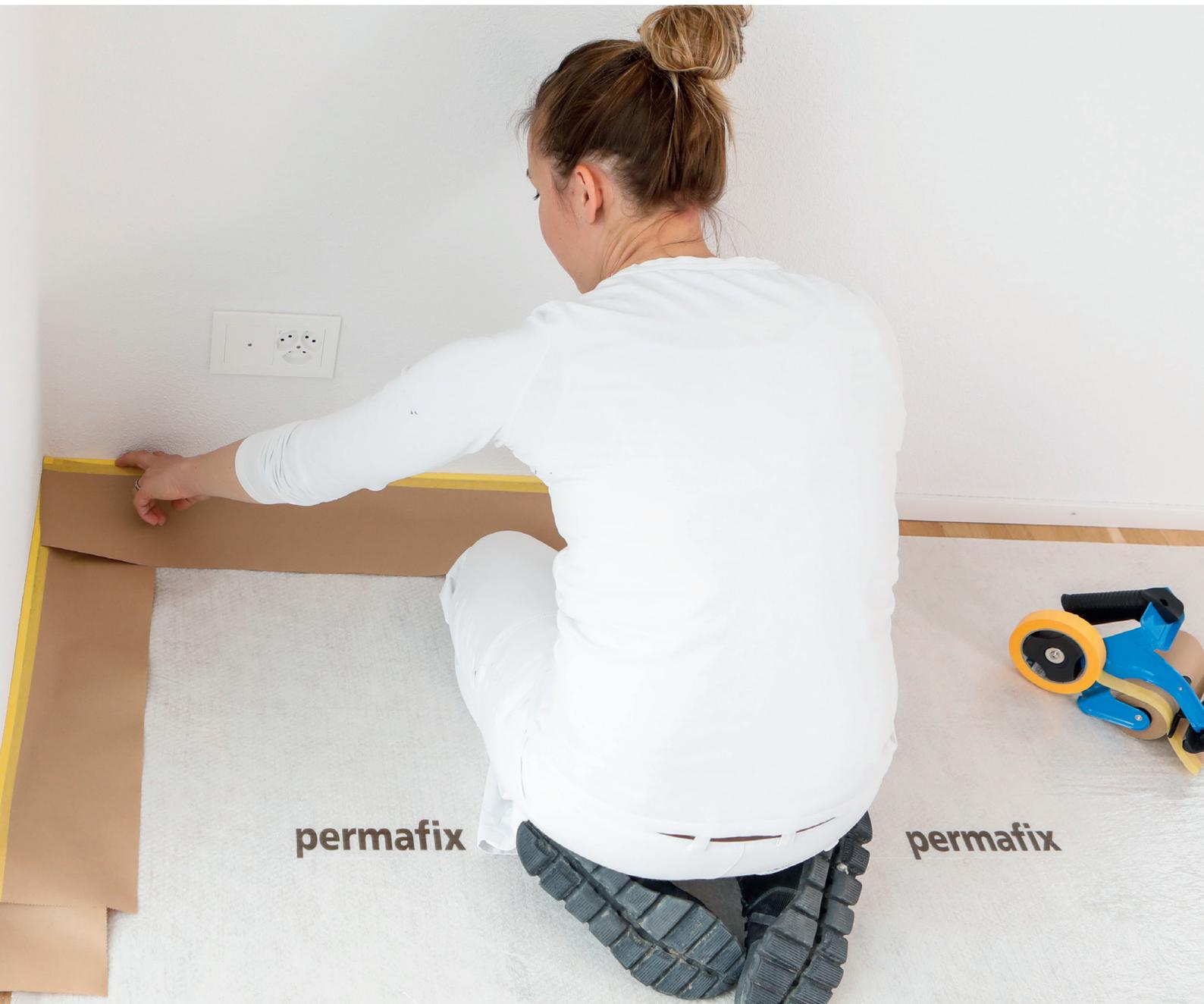
- 1** Je respecte les règles de sécurité en usage dans mon entreprise.
- 2** J'utilise les équipements de protection individuelle nécessaires. Toujours!
- 3** Je respecte les règles vitales en usage dans mon métier.
- 4** Je n'utilise que les équipements de travail pour lesquels je dispose de l'instruction requise.
- 5** Je travaille de manière systématique et je prévois suffisamment de temps.
- 6** En cas de doute, je pose des questions.
- 7** Je ne me laisse pas distraire de mon travail.
- 8** Je viens en forme au travail.
- 9** Je ne consomme pas d'alcool avant d'aller travailler.
- 10** Pendant les cours de sport, je me comporte de manière à ne pas me blesser.



**Vidéo: Thomas Schwegler raconte comment il a vécu l'accident mortel de deux de ses collaborateurs.**

## SCHÜTZEN

# Hochwertig und preiswert: das Washi-Band Permafix 710



Unser neuestes Washi-Klebeband Permafix 710 besitzt eine gute UV- und Wetterbeständigkeit. Damit sind Sie für Maler- und Gipserarbeiten im Aussenbereich bestens gerüstet. Mehr erfahren oder direkt bestellen unter: 071 844 12 12.

## «Wer der Entwicklung beim Thema Nachhaltigkeit jetzt nicht Rechnung trägt, nimmt potenziell sinkende Umsätze in Kauf.»

Lässt sich ein Onlineshop nachhaltig betreiben und wenn ja, wie? Das ECC KÖLN, eine Tochtermarke des IFH KÖLN und Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt, hat Carsten Stech, Geschäftsführer von Splendid Internet GmbH, diese und weitere Fragen zum Thema Nachhaltigkeit im E-Commerce gestellt. Welche Unterschiede es dabei zwischen B2C- und B2B-Handel zu beachten gibt und welche 3 Tipps Sie bei der Umsetzung des Themas Nachhaltigkeit in Ihren Unternehmen beherzigen sollten, lesen Sie im folgenden Interview.



Bild: Splendid

### **Warum ist der E-Commerce im Vergleich zum stationären Handel weniger nachhaltig und ressourcenintensiver?**

Wenn der Onlinehandel im Zusammenhang mit dem Thema Nachhaltigkeit in den Medien erwähnt wird, geht es sehr oft um Verpackungen und Versand. Klar: Je mehr Menschen online bestellen, desto mehr Pakete und Lieferfahrzeuge sind unterwegs und desto mehr Verpackungsmüll fällt an. Da ist der E-Commerce im Vergleich zum stationären Handel eindeutig im Nachteil.

Auf der anderen Seite hat ein Onlineshop gegenüber einem klassischen Ladengeschäft im Hinblick auf Fragen der Nachhaltigkeit aber auch Vorteile: Er braucht zum Beispiel keinen Verkaufsraum, der energieintensiv beheizt und samt Schaufenster rund um die Uhr ausgeleuchtet werden muss. Ein Vergleich der Energiebilanzen ist auf den zweiten Blick also gar nicht so einfach, wie es zunächst scheinen mag. Je nach Branche und Shop können sich zudem ganz unterschiedli-

che «Fussabdrücke» ergeben. Nicht jeder Shop ist gleich ressourcenintensiv aufgestellt. Aber was sich sicher sagen lässt: Für jede\*n Shopbetreiber\*in gibt es Möglichkeiten, das eigene Unternehmen nachhaltiger weiterzuentwickeln.

### **Warum geht es bei einer nachhaltigen Ausrichtung des eigenen E-Commerce-Geschäfts um weit mehr als nur die angesprochenen Verpackungen und den Versand?**

**«Nachhaltig handelt, wer die zur Verfügung stehenden Ressourcen nicht erschöpft und das langfristige ökologische, ökonomische und soziale Gleichgewicht unterstützt.»**

Nachhaltigkeit ist ein komplexer Begriff und hat neben der ökologischen auch eine ökonomische und eine soziale Dimension. Nachhaltig handelt, wer die zur Verfügung stehenden Ressourcen nicht erschöpft und das langfristige ökologische, ökonomische und soziale Gleichgewicht unterstützt. Die Vereinten Nationen haben 17 Nachhaltigkeitsziele definiert. Diese globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung gelten für Regierungen, Zivilgesellschaft und Privatwirtschaft – und damit selbstverständlich auch für den Onlinehandel. Dabei geht es neben Fragen des Umweltschutzes zum Beispiel auch darum, wie ein Unternehmen sich am Markt verhält und zu welchen Bedingungen es seine Mitarbeitenden beschäftigt.

Aber auch im Hinblick auf die Ökologie gibt es für den ressourcenschonenden Betrieb von Onlineshops neben Verpackungen und Versand noch eine Vielzahl von weiteren Stellschrauben: Wie nachhaltig sind die im Shop angebotenen Produkte? Wie energieeffizient ist die Infrastruktur im Unternehmen? Wie sieht es mit Hosting, Datenverkehr und Hardware aus? Wie lässt sich die Retourenquote senken? Wird im Check-out eine Möglichkeit für die Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen angeboten?

### **Viele Unternehmen tun sich schwer damit, ihren Onlineshop nachhaltiger auszurichten. Warum wird dies aber in Zukunft immer wichtiger und erfolgsentscheidender werden?**

Die Berichte des Weltklimarats lassen nur einen Schluss zu: Nachhaltigkeit ist das Gebot der Stunde – und zwar für uns alle. Wenn ich ein Unternehmen betreibe, bin





ich mitverantwortlich für den Schutz der Umwelt, für das Erreichen der Klimaziele, für eine solide Wirtschaft, mehr Gerechtigkeit, Gesundheit und besseren gesellschaftlichen Zusammenhalt. Das war natürlich schon immer so, rückt jetzt aber zunehmend ins Bewusstsein. Klimaschutz und Fragen der Nachhaltigkeit sind dabei aber nicht einfach ein Trend oder eine Phase, sondern werden die Art und Weise, wie wir leben und arbeiten, dauerhaft und zunehmend intensiv prägen. Auch Shopbetreiber\*innen müssen sich den damit verbundenen Herausforderungen jetzt stellen.

### **«Wer seinen Onlineshop nachhaltig weiterentwickelt, kann dabei durchaus auch Kosten sparen – und ausserdem ausgesprochen wirksame Imagepflege betreiben.»**

Was den Zusammenhang von Nachhaltigkeit und Erfolg betrifft, ist zu betonen: Wer seinen Onlineshop nachhaltig weiterentwickelt, kann dabei durchaus auch Kosten sparen – und ausserdem ausgesprochen wirksame Imagepflege betreiben. In Verbindung mit einer klug entwickelten Kommunikationsstrategie lassen sich die eigenen Erfolge in puncto Nachhaltigkeit und die «grünen» Seiten der angebotenen Produkte nämlich sehr wirksam im Marketing für die eigene Marke einsetzen.

Ein wachsender Anteil der Verbraucher\*innen achtet beim Einkaufen nämlich immer genauer auf den «Fussabdruck» von Produkten, will wissen, woher sie stammen, unter welchen Bedingungen sie hergestellt und transportiert worden sind. Immer mehr Kaufentscheidungen werden durch solche Fragen der Nachhaltigkeit beeinflusst. Wer dieser Entwicklung als Händler jetzt nicht Rechnung trägt, nimmt potenziell sinkende Umsätze in Kauf.

**Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit im B2B-Bereich und wie unterscheidet sich diese von jener im B2C-Handel?**

Auch im B2B-Bereich spielen Fragen der Nachhaltigkeit inzwischen eine enorm grosse Rolle. Während Kundinnen und Kunden im B2C-Handel Kaufentscheidungen grundsätzlich frei treffen und über die nachhaltige Ausrichtung des eigenen Handelns im Einzelfall persönlich entscheiden können, sieht das für Geschäftskunden oft ganz anders aus.

### **«Ein B2B-Onlineshop mit solidem Nachhaltigkeitskonzept steht als Anbieter natürlich sehr gut da.»**

Viele Unternehmen haben interne Sustainability Policies definiert oder sind durch Mitgliedschaften in Verbänden an entsprechende Vorgaben gebunden. Daraus ergeben sich auch im Bereich Einkauf Konsequenzen dafür, was überhaupt noch wo unter welchen Bedingungen bestellt werden darf. Und da steht ein B2B-Onlineshop mit solidem Nachhaltigkeitskonzept dann als Anbieter natürlich sehr gut da.

Ähnlich sieht es im öffentlichen Dienst aus, wo Nachhaltigkeitsbeauftragte in Ausschreibungs- und Vergabeverfahren eingebunden werden und für die Kirchen gibt es sogar schon gesetzliche Regelungen. Auf den im Kirchenrecht festgeschriebenen Vorgaben zur Nachhaltigkeit basiert beispielsweise das Geschäftsmodell unseres Kunden HKD, dem führenden Anbieter im kirchlich-sozialen Einkauf: ein ausschliesslich auf die nachhaltige Beschaffung durch kirchliche Einrichtungen zugeschnittener Onlineshop.

**Zum Schluss: Welche 3 Tipps haben Sie für Unternehmen, das Thema Nachhaltigkeit im E-Commerce endlich anzugehen?**

Das Thema Nachhaltigkeit muss – erstens – als Chance begriffen werden und nicht etwa als Belastung. Wer mit offenem Blick nach Möglichkeiten und Potenzialen sucht, steht am Ende garantiert besser da als jemand, der nur zähne-

knirschend das Allernötigste tut. Dabei ist es – zweitens – sehr wichtig, das Thema auch wirklich ernst zu nehmen.

Reine Lippenbekenntnisse und scheinheiliges Greenwashing sind schnell entlarvt und bringen niemandem etwas. Nur wer sich wirklich und mit vorzeigbaren Ergebnissen darum bemüht, nachhaltiger zu wirtschaften, leistet damit einen Beitrag zur Schonung von Ressourcen und kann das auch selbstbewusst nach aussen tragen. Ihre Fortschritte auf dem Weg zur Nachhaltigkeit im E-Commerce sollten Händler\*innen dann – drittens – auch durchaus transparent und deutlich kommunizieren. Wer dabei das geeignete Mass hält und den richtigen Ton trifft, kann sein Unternehmen in der Aussenwahrnehmung zunehmend vom Teil des Problems **«ressourcenintensiver E-Commerce»** zum Teil der Lösung **«nachhaltiger Onlineshop»** wandeln, was sich positiv auf den Umsatz auswirkt – und zwar nachhaltig.

*Dieser Beitrag mit der Splendid Internet GmbH ([www.splendid-internet.de](http://www.splendid-internet.de)) ist zuerst am 09.05.2022 auf dem Blog des IFH KÖLN ([www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)) erschienen.*

#### **Über den ECC CLUB**

Der ECC CLUB ([www.ecc-club.de](http://www.ecc-club.de)) bietet Unternehmen aus dem Handel und dem Handelsumfeld eine exklusive Informations- und Networking-Plattform. Mitglieder erhalten Zugang zu den aktuellsten Insights und Studien rund um die Themen E-Commerce und Cross-Channel sowie Tickets für hochkarätige Branchenevents.



# Neuer Leitfaden: Überblick im Social-Media-Dschungel – Methoden und Tools für Organisation und Management

Der Einbezug von sozialen Netzwerken in die zielgerichtete, tägliche Marketingroutine ist längst keine Ausnahme mehr. Sie sind meist integrierte Bestandteile einer ganzheitlichen Markenausrichtung und -strategie von Unternehmen. Mit der Auswahl der passenden sozialen Medien hört es jedoch nicht auf. In der Folge müssen diese auch regelmässig bespielt und Entwicklungen im Blick gehalten werden. Wie können Sie als Händler\*in mit dem richtigen Management mehrere Social-Media-Kanäle und deren Inhalte strategisch organisieren und so effizient ausrichten?



Im neuen Leitfaden «**Überblick im Social-Media-Dschungel**» werden folgende Fragen beantwortet:

- Wie organisieren und planen Sie Ihre Social-Media-Inhalte verschiedener Kanäle mithilfe eines Redaktionsplans?
- Wie können mit einer Organisationshilfe Teile von Arbeitsprozessen automatisiert werden?
- Wie helfen Social-Media-Management-Tools bei der strategischen Ausrichtung und dem Controlling innerhalb und gleichzeitig zwischen verschiedenen Kanälen?
- Wie finden Sie als Händler\*in das passende Management-Tool für Ihre Bedürfnisse?

Hier den Leitfaden kostenlos downloaden:  
<https://kompetenzzentrumhandel.de/wp-content/uploads/2022/04/leitfaden-social-media.pdf>

## Die Organisation mit dem richtigen Werkzeug ermöglicht Überblick und Erfolgskontrolle

Dieser Leitfaden setzt thematisch zu dem Zeitpunkt ein, zu dem bereits Social-Media-Kanäle genutzt bzw. diese selektiert und eingerichtet wurden. Mit der richtigen Organisation können die Social-Media-Inhalte passgenau gemanagt und Veröffentlichungsrhythmen, Zuständigkeiten, inhaltliche Dopplungen und auch der Erfolg der Posts kontrolliert werden.

Dabei helfen Redaktionspläne, deren Funktionen im weiteren Verlauf vorgestellt werden.

## Integriertes Werkzeug als verlängerter Arm eines Redaktionsplans – für

## automatisierte Planung und erleichterte Arbeitsabläufe

Aufbauend auf einem Redaktionsplan können Teile oder auch ganze Funktionen von einem Tool übernommen werden. Hier gibt es eine grosse Auswahl an Software auf dem Markt – dieser Leitfaden bezieht sich beispielhaft auf eine bekannte und in eine Social-Media-Plattform integrierte Organisationshilfe. Es wird gezeigt, wie dieses Werkzeug einiges an Administrations- und Analysearbeit abnehmen und automatisieren kann.

## Social-Media-Management-Tools – für Controlling innerhalb und gleichzeitig zwischen verschiedenen Kanälen auf einen Blick

Was aber, wenn es nötig wird, Inhalte, Aktivitäten und Analysen nicht nur innerhalb von einem oder zwei Kanälen zu beobachten und zu konfigurieren, sondern auf mehreren Plattformen? Hier helfen Social-Media-Management-Tools, die die Ansicht von mehreren Plattformen vereinen und das Handling somit vereinfachen.

Im Verlauf dieses Leitfadens wird ein solches Tool exemplarisch vorgestellt. Es folgen eine Einordnung seiner Funktionen und ein Überblick weiterer Social-Media-Management-Tools zur ersten Orientierung.

*Handelsverband Deutschland, Berlin, Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel, 4. April 2022, Anne Buchenau-Asche*

# Hervorragende Ergebnisse

## BLENDA-FIL

Füll-Haftvorlack WV-364

**NEU**



- Höchste Deckkraft und Kantendeckung
- Ausgezeichnete Fülleigenschaften
- Hervorragende Hafteigenschaften
- Schnelle Schleifbarkeit



**Stefan Studer**  
Schweizermeister  
im Hornussen  
und Leiter Logistik  
der Knuchel Farben AG

## BLENDA-PUR

PU-Streichlack WV-281 / 282

**Neuste Technologie**



- Beste Oberflächenhärte
- Hohe Deck- und Füllkraft
- Wirtschaftlich und Ökologisch
- In allen Mix-Farbtönen erhältlich



# Herzliche Gratulation zur Lehrabschlussprüfung!

Vives félicitations à l'occasion  
de la réussite de l'examen de fin  
d'apprentissage!



Sophia Cremonini



Sidney Thomann

## Herzliche Gratulation unseren Lernenden!

Sie haben ihren Lehrabschluss als Detailhandelsfachfrau bzw. -fachmann mit Bravour bestanden. Das boesner-Team wünscht euch viel Erfolg im Berufsleben und alles Gute für die Zukunft.

boesner GmbH, 5035 Untereentfelden, 8051 Zürich

**boesner**  
KÜNSTLERMATERIAL + EINRAHMUNG + BÜCHER



## Félicitations à notre apprenant!

**Almin Picar** a réussi avec succès ses examens de gestionnaire de commerce de détail. La direction ainsi que ses collègues le félicitent chaleureusement. Nous nous réjouissons beaucoup de pouvoir compter sur son savoir pour l'avenir.

**COLORAMA**  
www.colorama.swiss Knuchel  Quality

COLORAMA Montbrillant-Genf, 1202 Genève

## Vorsorge-Guide für die Generation Z

Wie soll die Generation Z vorsorgen? Die kurze Antwort: am besten schon heute beginnen.

### Reto Spring

Präsident Finanzplaner Verband Schweiz, unabhängiger Experte für Finanzplanung, Zug



Reto Spring

**Wie sehen die Zukunftsaussichten der jungen Menschen, die zwischen 1997 und 2012 geboren wurden – der sogenannten Generation Z –, aus? Diese sind zwar von Beginn weg mit den Vorzügen des Internets und des Smartphones vertraut – gleichzeitig sind sie aber einer fast unbegrenzten Vielfalt von Optionen wie Konsumangeboten, Informationsmöglichkeiten, Lebensentwürfen und Berufsperspektiven ausgesetzt. Da fällt Orientierung zuweilen schwer.**

In Bezug auf die Altersvorsorge ist die Generation Z gegenüber anderen Generationen benachteiligt: Sie muss länger arbeiten und mehr einzahlen, bekommt aber weniger Rente. Sie trägt die grösste Last der Umverteilung der Pensionskassen und erlebt die 4-Generationen-Familie als Normalfall. Und sie darf mit einer eigenen Lebenserwartung von an die 100 Jahren rechnen. Vorsorgen scheint da keinen Spass zu machen, sondern eher Sorgen zu verursachen. Guter Rat scheint teuer.

### Die Qual der Wahl

Warum fällt uns Vorsorgen so schwer? Viele Menschen nehmen sich vor, eine Diät zu machen oder regelmässig zu sparen – allzu oft scheitern wir dabei. Die Strasse der gebrochenen Vorsätze ist lang.

**«Die Generation Z hat den längsten Anlagehorizont, profitiert von Transparenz, tiefen Kosten und einfachen Lösungen.»**

Die Finanzpsychologie sagt, dass uns zu viele Wahlmöglichkeiten vom Ziel ablenken. Eine Verhaltensänderung müsse erst zur Gewohnheit werden, bis sie verinnerlicht sei. Zeit also, die positiven Aspekte herauszustreichen – denn diese gibt es durchaus: Die Generation Z hat den längsten Anlagehorizont, profitiert von Transparenz, tiefen Kosten und einfachen Lösungen.

Es geht also um den «Missing Link» zwischen neuen Erkenntnissen und nachhaltiger Umsetzung. Starten wir bei der wertvollsten Ressource: unserer Lebenszeit. Gerade junge Menschen verschleudern sie oder lassen sie sich stehlen (Social Media, Netflix) im Glauben, unbeschränkt viel davon zu besitzen. Wird man älter, kommt man zur Erkenntnis, dass jeder Tag nicht einfach ein weiterer war, sondern ein Tag weniger im eigenen Leben. Wollen wir mit der eigenen Lebenszeit sinnvoll und nachhaltig umgehen?

### Vorsorgen mit Youtube

Schon die Millennials der Jahrgänge 1981–1996 schauen sich bei Fragen sogenannte Lifehacks auf Youtube an, zum Beispiel wie man Ordnung in den Kleiderschrank bringt. Wieso soll das für den Finanzhaushalt und die Vorsorge nicht auch auf unterhaltsame Weise funktionieren?

Gesundheit wird heute im Kontext von Konsum, Ernährung und Work-Life-Balance betrachtet: Die Gesundheitsvorsorge wird vermehrt eigenverantwortlich gehandhabt und entwickelt sich zunehmend zu einem Konsumgut. Wieso gibt es noch kein Bewusstsein für finanzielles «Wellbeing»?

Wir tracken heute unsere täglichen 10 000 Schritte, den Kalorienverbrauch und die Schlafstunden. Technisch wäre es genauso möglich, die finanzielle Gesundheit laufend zu überwachen und einen Statusbericht zu liefern. Bei der Wartung von Maschinen gibt es den Begriff der «vorausschauenden Instandhaltung» – diese technische Denkweise braucht es auch bei der Vorsorge.

### Das «achte Weltwunder»

Finanzplanerinnen und Finanzplaner predigen noch heute das Mantra «Lebe unter deinen Möglichkeiten» und mahnen zu Konsumverzicht. Kein Wunder, gilt Sparen als uncool und einschränkend. Wie wäre es stattdessen mit dem Etikett «Achtsam die eigene Zukunft gestalten, Handlungsfreiheit erlangen und den eigenen Lebensentwurf realisieren»?

Vorsorgen ist nicht kompliziert. Es ist wie Velofahren – einmal gelernt, geht es von allein, und je früher man startet, desto leichter fällt es einem. Der grösste Hebel besteht im Zinseszinsseffekt, weshalb Albert Einstein ihn «achtes Weltwunder» genannt hat: «Wer ihn versteht, verdient daran, alle anderen bezahlen ihn.» Das exponentielle Wachstum beim Zinseszins führt dazu, dass mit minimalem Aufwand ein maximaler Effekt erzielt werden kann – sofern der Start früh genug und mit dem richtigen Anlageinstrument erfolgt.

**«Der Generation Z fehlt in 50 Jahren – ohne eine nachhaltige Reform der 1. und der 2. Säule – locker eine halbe Million Franken in der Vorsorge.»**

Dieser Zinseszins ist die grösste Chance für die Generation Z, deren Rente weniger als die Hälfte ihres bisherigen Einkommens ausmachen wird, wenn sie nichts tut. Der Generation Z fehlt in 50 Jahren – ohne eine nachhaltige Reform der 1. und der 2. Säule – locker eine halbe Million Franken in der Vorsorge. Statt einer Vorsorgelücke klappt ein Vorsorgekrater. «Aufschieberitis» in der Vorsorge kann also fatale Folgen haben.

### 200 Franken pro Monat

Fahrlässig wäre es jedoch, das Vorsorgegeld auf ein Sparkonto zu platzieren: Konten sind zwar gut für die Liquiditätsplanung, aber ungeeignet für die langfristige Vorsorge. Stattdessen braucht es eine Anlagestrategie, die mehrheitlich auf Sach-



Bild: goodluz, shutterstock.com

werte wie Aktien und Immobilien setzt, am besten mittels kostengünstiger Indexfonds oder Exchange Traded Funds (ETF). Damit lässt sich eine Rendite von 5 Prozent pro Jahr erzielen. Wer 50 Jahre monatlich 200 Franken investiert, erreicht mehr als eine halbe Million Franken – notabene mit einem investierten Kapital von lediglich 120 000 Franken. Wer damit noch zehn Jahre zuwartet, erreicht hingegen nicht mal 300 000 Franken. Höchste Zeit also, schon heute damit zu beginnen.

#### Ruhig Blut

Der US-Ökonom Benjamin Graham sagte einst: «Die Tatsache, dass die meisten Profis bei der Aktienauswahl ziemlich schlecht sind, bedeutet nicht zwangsläufig, dass Amateure es besser können.» Das gilt heute noch. Kundinnen und Kunden sollten nicht mit kurzfristigen Trades und spekulativen Prognosen den Trends nachjagen. Statt Casinomentalität ist eine nachhaltige Strategie gefragt. Dazu muss man wissen: Über 90 Prozent der Anlage Rendite sind der Vermögenstrukturierung und tiefen Kosten geschuldet. Auf die Generation Z bezogen, bedeutet dies, dass sie 10 bis 20 Prozent ihres Einkommens kostengünstig und breit diversifiziert investieren sollte. Dann die Füsse stillhalten und Baldrian trinken.

Leider benutzt die Finanzbranche oft noch eine selbstreferenzielle, verklausulierte Sprache, die die Menschen nicht erreicht. Heute sind fast alle Anlagen nachhaltig, aber viele Finanzprodukte beinhalten immer noch viel «dekorative Verpackung», also zu hohe Vertriebs- und Verwaltungsgebühren, spekulative Elemente oder unnötige Absicherungskosten. Die Nachhaltigkeit, die wir heute bei Anlagen einfordern, sollten wir auch bei der Finanzierung unserer Vorsorgesysteme anstreben – im Restaurant zahlt schliesslich auch jeder seine eigene Rechnung.

**«Was tun? Liquidität ist wie Atemluft – man merkt, wenn sie fehlt. Nichts entspannt so sehr wie ein volles Konto. Aber wenn am Ende des Geldes noch Leben übrig ist, ist nichts gewonnen.»**

#### Der ultimative Booster

Was tun? Liquidität ist wie Atemluft – man merkt, wenn sie fehlt. Nichts entspannt so sehr wie ein volles Konto. Aber wenn am Ende des Geldes noch Leben übrig ist, ist

nichts gewonnen. Wir müssen die Hürden niederreissen, damit das Vorsorgeinvestieren zur Gewohnheit wird.

Weil Verhaltensänderungen anstrengend sind, liegt die Lösung in Vereinfachung, Automatisierung und in Belohnungssystemen. Als Gedankenexperiment sei hier die Idee vom «ultimativen Vorsorgebooster» lanciert. Sprich: Vorsorgeüberweisung werden automatisch an unseren Social-Media- und Onlineshopping-Konsum gekoppelt. Eine «ungesunde Gewohnheit» führt zu automatischem Vermögensaufbau und allenfalls zur Selbstreflexion und zu positivem Feedback. So liesse sich mit minimalen Veränderungen maximale Wirkung erzielen.

Weil im Leben nur die stetigen Veränderungen konstant sind, muss eine gute Finanzplanung diesem Umstand Rechnung tragen: dynamisch, flexibel, in Szenarien, Varianten und Alternativen denkend, den langfristigen Wohlbefindensaufbau anstrebend. Eine professionelle Beratung kann hier Orientierung bieten. Für die Generation Z bedeutet der frühzeitige Beginn der Vorsorge vor allem Freiheit und Unabhängigkeit. Mit Sicherheit.

Quelle: Spring, Reto.

Vorsorge-Guide für die Generation Z.

Die Volkswirtschaft, 28. März 2022.

[www.dievolkswirtschaft.ch](http://www.dievolkswirtschaft.ch)

## «Die Aufbewahrung von elektronischen Rechnungen und Buchungsbelegen unterliegt strengen Regeln»

Elektronische Rechnungen berechtigen nur unter bestimmten Voraussetzungen zum Vorsteuerabzug. Bei der Aufbewahrung elektronischer Buchungsbelege müssen zudem bestimmte Anforderungen erfüllt werden. Erläuterungen der Treuhandexpertin Sandra Maurer.

Für ein Unternehmen ist es entscheidend, die Echtheit und die Integrität der auf Papier oder elektronisch übermittelten und aufbewahrten Daten nachweisen zu können. Im Bereich der Mehrwertsteuer (MWST) kann dieser Nachweis durch die elektronische Signatur oder mittels anderer Belege und Unterlagen erbracht werden. Das können zum Beispiel Auftrags- oder Lieferscheine, Buchungssätze oder Zahlungsbelege sein. Wer die Rechnungsbücher nach den Grundsätzen des Handelsrechts und nach den Regeln in der Verordnung über die Führung und Aufbewahrung der Geschäftsbücher führt, kann die relevanten Sachverhalte damit in der Regel nachweisen. Sandra Maurer, Treuhandexpertin und Geschäftsführerin der Tax&Company in Männedorf (ZH), erklärt uns, wie KMU ihre Pflichten in diesem Bereich auf einfache und praktische Weise erfüllen können.

### **Welche Datenträger sind für die Aufbewahrung der Rechnungen und Buchungsbelege zugelassen?**

**Sandra Maurer:** Grundsätzlich sind alle Datenträger, die zum heutigen Zeitpunkt am Markt erhältlich sind, zugelassen. Wenn es sich um eine Langzeitarchivierung handelt und diese Daten gemäss Obligationenrecht (OR) und Geschäftsbücherverordnung (GeBüV) gespeichert werden müssen, ergeben sich jedoch einige Fragen:

- Wie lässt sich beispielsweise sicherstellen, dass Daten auf einem veränderbaren Datenträger integer und unveränderbar abgespeichert sind?
- Wie lässt sich ein vorzeitiges oder versehentliches Löschen verhindern?
- Wie erfolgt eine ausreichende Dokumentation der Prozesse?

### **Weiter müssen folgende Punkte beachtet und eingehalten werden:**

- Die Daten müssen für eine Dauer von 10 Jahren archiviert werden.
- Echtheit und Verfälschungssicherheit müssen nachweisbar sein.
- Der Zeitpunkt der Speicherung muss unveränderbar und fälschungssicher nachweisbar sein.

## «La conservation de factures et pièces comptables électroniques doit respecter des règles strictes»

Les factures électroniques n'ouvrent le droit à la déduction de l'impôt préalable TVA qu'à certaines conditions. Les pièces comptables électroniques doivent par ailleurs être conservées en respectant certaines exigences. Les explications de l'experte fiduciaire Sandra Maurer.

Pour une entreprise, il est essentiel de pouvoir prouver l'authenticité et l'intégrité des données qui sont transmises et conservées sur papier ou sous forme électronique. Dans le domaine de la Taxe sur la valeur ajoutée (TVA), cette preuve peut être apportée par la signature électronique ou au moyen d'autres justificatifs et documents. Il peut s'agir de bons de commande ou de livraison, d'écritures comptables, de preuves de paiements, etc. La tenue des livres comptables selon les principes régissant le droit commercial et selon les règles définies dans l'Ordonnance concernant la tenue et la conservation des livres de comptes, permet en règle générale de démontrer les faits pertinents. Sandra Maurer, experte fiduciaire et directrice de Tax&Company à Männedorf (ZH), nous explique comment les PME peuvent remplir leurs obligations dans ce domaine de manière simple et pratique.

### **Quels supports de données sont autorisés pour la conservation des factures et des documents comptables?**

**Sandra Maurer:** En principe, tous les supports de données actuellement disponibles sur le marché sont autorisés. Lorsqu'il s'agit d'une conservation à long terme et que les données doivent être sauvegardées conformément au code des obligations et à l'ordonnance concernant la tenue et la conservation des livres de comptes (Olico), plusieurs questions se posent:

- Comment garantir par exemple l'intégrité et l'authenticité de données enregistrées sur un support d'information modifiable?
- Comment empêcher toute suppression prématurée ou accidentelle?
- Comment se passe la documentation adéquate des processus?

### **Il convient par ailleurs d'observer et de respecter les règles suivantes:**

- Les données doivent être conservées pendant 10 ans.
- L'authenticité et l'intégrité des données doivent pouvoir être prouvées.
- Le moment où les informations ont été enregistrées doit pouvoir être prouvé sans possibilité de modification ou de falsification.
- La lisibilité des données doit être garantie.

- Die Gewährleistung der Lesbarkeit muss erfüllt werden.
- Die Daten müssen innert nützlicher Frist wiederherstellbar sein.
- Dem Datenschutz unterliegende Daten müssen verschlüsselt archiviert werden.
- Verantwortlich ist in erster Linie die Geschäftsleitung.

Diese Anforderungen können nur durch den Einsatz einer geeigneten Software-Lösung erfüllt werden. Eine solche Lösung ist in der Anschaffung und im Unterhalt kostenintensiv. Ein KMU muss sich daher bewusst sein, dass die Digitalisierung der Ablage von Rechnungen und generell von Buchungsbelegen gemäss GebüV eine gute Planung erfordert. Dies in Bezug der nötigen personellen wie auch finanziellen Ressourcen. Dies ist sicher auch mitunter ein Grund, dass viele KMU noch eine physische Ablage betreiben.

**Wie kann ein kleines Unternehmen vorgehen, wenn es den Aufwand und die Kosten für die Aufbewahrung der Geschäftsbücher minimieren will?**

**Maurer:** Art. 9 der GebüV schreibt vor, dass elektronische Datenträger ohne zusätzliche Anforderungen zulässig sind, wenn sie nicht veränderbar sind, d. h., wenn sie nicht mehr verändert oder gelöscht werden können, ohne dass der Vorgang auf dem Datenträger selbst erkennbar ist.

Für KMU ist es möglich aus ihren elektronischen Buchhaltungsdokumenten (Geschäftsbücher, Rechnungen, Gehaltsabrechnungen usw.) unveränderbare Dateien wie z. B. PDF/A zu generieren und diese dann auf unveränderbare Datenträger wie z. B. CD-ROM oder DVD-ROM zu brennen.

**Gibt es Dateiformate, die für die Langzeitaufbewahrung besser geeignet sind als andere? Und wie lang ist die Aufbewahrungsfrist?**

**Maurer:** PDF/A ist ein ideales Dateiformat zur Langzeitarchivierung digitaler Dokumente. Es erfüllt wichtige Voraussetzungen wie kleine Dateigrösse, Fähigkeit zur Volltextsuche, und – als Teil der PDF-Familie – ist es das Format mit den meisten Werkzeugen und Lösungen.

Die Aufbewahrungsfrist beträgt wie bereits erwähnt 10 Jahre. Die gesetzliche Grundlage hierzu ist Art. 958 f OR.

**Wenn ein Unternehmen seine Daten auf veränderbaren elektronischen Datenträgern (z. B. in einer Cloud) speichert, was muss es dann tun?**

**Maurer:** Eine Bestätigung des Cloud-Betreibers einfordern, dass die Daten in der Cloud während 10 Jahren ohne grossen

- Les données doivent pouvoir être récupérées dans un délai raisonnable.
- Les informations soumises à la protection des données doivent être conservées sous forme cryptée.
- La responsabilité incombe avant tout à la direction.

Ces exigences ne peuvent être satisfaites que grâce à l'utilisation d'un logiciel approprié. L'acquisition et la maintenance d'un tel logiciel sont onéreuses. Les PME doivent par conséquent avoir conscience que la dématérialisation de l'archivage des factures et des pièces comptables en général, conformément à l'Olico, nécessite une bonne planification, aussi bien en termes de ressources humaines que financières nécessaires. C'est certainement aussi l'une des raisons pour lesquelles de nombreuses PME continuent d'opter pour un stockage physique.



**Comment une petite entreprise peut-elle procéder si elle souhaite réduire au minimum ses charges et coûts en matière de conservation des livres de comptes?**

**Maurer:** L'article 9 Olico prescrit que les supports électroniques sont autorisés, sans exigences supplémentaires, s'ils sont non modifiables, c'est-à-dire lorsqu'ils ne peuvent plus être modifiés ou effacés sans que l'opération soit détectable sur le support de données lui-même.

Les PME peuvent aussi générer des fichiers non modifiables, comme des PDF/A, à partir de leurs documents comptables électroniques (livres comptables, factures, fiches de salaire, etc.) et les graver ensuite sur des supports de données non modifiables (CD-ROM, DVD-ROM, etc.).

**Y a-t-il des formats de fichiers plus adaptés que d'autres à la conservation sur le long terme? Quels sont les délais de conservation?**

**Maurer:** Le format de fichier PDF/A est idéal pour la conservation à long terme des documents numériques. Il remplit des conditions essentielles telles que la petite taille du fichier, la possibilité de recherche en texte intégral, et dans la famille PDF, c'est le format qui contient le plus d'outils et de solutions.

Comme indiqué précédemment, la durée de conservation est de 10 ans. L'article 958 f du Code des obligations définit les bases légales à ce sujet.

**Si une entreprise enregistre ses données sur des supports électroniques modifiables (p.ex. sur un cloud), que doit-elle faire?**

**Maurer:** Elle doit demander au fournisseur de solutions cloud de confirmer que les données conservées dans le nuage peuvent être facilement récupérées pendant 10 ans. Il convient de noter par





Aufwand abgerufen werden können. Zudem erfüllt eine Cloud nicht die Voraussetzungen nach Art. 9 Abs. 1 lit. a GebüV. Es ist kein unveränderbarer Datenträger, daher gelten für die Aufbewahrung der Daten die strengeren Bestimmungen für veränderbare Informationsträger nach Art. 9 Abs. 1 lit. b und Abs. 2 GebüV. Hier empfiehlt es sich, den Einsatz einer cloudbasierten Datenverwaltungssoftware (DMS) zu prüfen, die eine korrekte Archivierung der Dokumente gewährleisten kann oder, wie oben erwähnt das Brennen der elektronischen Buchhaltungsdokumente auf unveränderbare Datenträger.

**Welche Anforderungen bestehen im Bereich der MWST, wenn Rechnungen nicht über eine elektronische Signatur verfügen?**

**Maurer:** Bei übermittelten und aufbewahrten Daten, die für den Vorsteuerabzug, die Steuererhebung oder den Steuerbezug relevant sind, muss unabhängig davon, ob sie auf Papier oder elektronisch vorliegen, der Nachweis des Ursprungs und der Unverändertheit erbracht werden. Dieser Nachweis gilt als erbracht, wenn die Grundsätze ordnungsmässiger Buchführung nach Artikel 957 ff OR eingehalten sind. Die Papierrechnung, die gescannte Papierrechnung und die elektronische Rechnung sind gleichgestellt, denn die Grundsätze ordnungsmässiger Buchführung gelten für alle Arten von Buchungsbelegen.

**Punkto «Digitalisierung» tut sich einiges in der Politik. Welches politische Geschäft ist für unsere KMU aktuell von Bedeutung?**

**Maurer:** Mit der Motion 22.3004 «Digitale Buchführung erleichtern» fand Nationalrätin und TREUHAND|SUISSE-Präsidentin Daniela Schneeberger Gehör. Der Nationalrat hat am 2. März 2022 die Motion «Digitale Buchführung erleichtern» einstimmig angenommen. Mit der Motion soll der Bundesrat (A. d. R.: der die Ablehnung der Motion im Februar 2022 beantragt hat) beauftragt werden, die Geschäftsbücherverordnung und weitere dafür nötige Erlasse anzupassen, um die Digitalisierung der Buchführung zu erleichtern. Unterlagen sollen ohne digitale Signatur oder ähnliche Verfahren auf veränderbaren Datenträgern aufbewahrt werden können, sofern der Nachweis des Ursprungs und der Unverändertheit über die Grundsätze ordnungsmässiger Buchführung nach OR 957 ff erbracht werden kann. Eine digitale Signatur von Belegen oder der Einsatz ähnlicher Verfahren sollen freiwillig sein.

Eine Umsetzung der Motion durch den Bundesrat würde es KMU erheblich erleichtern, ihre Buchhaltung zu digitalisieren. Die Zeiten der Rechtsunsicherheit wären vorbei und KMU könnten ohne weiteres digitale Belege akzeptieren. Dabei könnten Kosten eingespart sowie die Effizienz in den internen Abläufen gesteigert werden. Nun geht die Motion weiter an den Ständerat. Zuerst wird die Rechtskommission des Ständerates darüber befinden, bevor sie dann im Ständerat behandelt wird. Dies findet frühestens im Sommer 2022 statt, möglicherweise auch erst im Herbst.

[www.kmu.admin.ch](http://www.kmu.admin.ch)

ailleurs qu'une solution cloud ne remplit pas les exigences de l'article 9, al.1, lettre a, Olico. Le cloud n'étant pas un support de données non modifiables, la conservation des données sur le cloud est soumise aux exigences plus strictes relatives aux supports électroniques modifiables définies par l'art. 9, al. 1, lettre b, et al. 2, Olico. Il est recommandé de vérifier que l'utilisation d'un logiciel de gestion des données (en anglais, DMS) basé sur le cloud peut garantir l'archivage adéquat des documents, ou comme mentionné précédemment, de graver les documents comptables électroniques sur un support de données non modifiables.

**En ce qui concerne la TVA, quelles sont les exigences à respecter concernant les factures en cas d'absence de signature électronique?**

**Maurer:** Dans le cas de données transmises et conservées qui ont une incidence sur la déduction de l'impôt préalable ou sur la perception ou le recouvrement de l'impôt, qu'elles soient disponibles sur papier ou sous forme électronique, la preuve de leur origine et de leur intégrité doit être apportée. Cette preuve est réputée apportée si les principes de tenue des livres de comptes au sens de l'article 957 ss CO sont respectés. Les factures papier, les factures papier scannées, et les factures électroniques sont traitées de la même manière, car les principes de tenue des livres de comptes s'appliquent à tous les types de documents comptables.

**Le sujet de la numérisation intéresse à un niveau politique. Quel dossier politique est actuellement important pour les PME?**

**Maurer:** Avec la motion 22.3004 «Tenue des comptes. Faciliter la numérisation», la conseillère nationale et présidente de FIDUCIAIRE|SUISSE, Daniela Schneeberger, a trouvé un large écho. Le 2 mars 2022, le Conseil national a adopté à l'unanimité la motion «Faciliter la numérisation». Avec cette motion, le Conseil fédéral (ndlr: qui avait proposé de rejeter la motion en février 2022) est chargé de modifier l'Ordonnance concernant la tenue et la conservation des livres de comptes ainsi que les autres actes pertinents afin de faciliter le processus de numérisation de la tenue des comptes. Les documents doivent pouvoir être conservés sur des supports de données modifiables sans signature électronique ou dispositifs semblables, à condition que l'authenticité et l'intégrité des données puissent être établies en vertu des principes de régularité de la comptabilité prévus aux art. 957 ss CO. Le recours à la signature électronique ou à des dispositifs semblables doit être facultatif.

La mise en œuvre de cette motion par le Conseil fédéral permettrait de faciliter considérablement la numérisation de la comptabilité pour les PME. L'époque de l'incertitude juridique serait révolue et les PME pourraient aisément accepter les documents numériques. Cela pourrait entraîner une réduction des coûts et augmenter l'efficacité des processus internes. La motion passe désormais au Conseil des Etats. La Commission des affaires juridiques du Conseil des Etats va d'abord statuer sur cette motion avant que celle-ci ne soit traitée par le Conseil des Etats. Cela aura lieu au plus tôt à l'été 2022, mais peut-être pas avant l'automne.

[www.kmu.admin.ch](http://www.kmu.admin.ch)

## Karriereplanung in 5 Schritten: So nehmen Sie Ihre Karriere erfolgreich in die Hand

In der heutigen Zeit geht es doch allen so: Wir planen nichts mehr und entscheiden alles spontan. Wir haben verlernt, uns festzulegen oder gar irgendwelche Zukunftspläne zu schmieden. In aktuellen Zeiten kann sich stündlich von jetzt auf gleich alles ändern, eine Karriere ist allerdings keine spontane Angelegenheit. Da radikale Jobwechsel in Krisenzeiten kaum möglich sind, lohnt es sich, sich frühzeitig Gedanken über die eigene Karriere zu machen.

Doch von der Phase «Ich habe keine Lust mehr auf meinen Job» bis zu «Ich weiss was ich will!» ist es ein langer Weg. Die folgenden 5 Schritte können eine Hilfestellung sein, um sich diese und weitere Fragen zur Karriereplanung zu beantworten:

- 1. Persönliche Bestandaufnahme:** Was sind meine Talente? Was kann ich gut und was eher nicht so? Dabei kann auch die Sichtweise des Umfeldes helfen, um neben der Selbstwahrnehmung auch eine Einschätzung von Menschen zu erhalten, die einem nahe stehen.
- 2. Ziele:** Zu wissen, was man in seiner Karriere erreichen möchte, ist gar nicht so einfach. Manchmal braucht es auch einfach ein Austesten von verschiedenen Berufen, um herauszufinden, was einem besonders liegt. Die Ziele sollten allerdings klar und

erreichbar sein. Ebenfalls gilt es, private wie auch berufliche Wünsche aufeinander abzustimmen.

- 3. Timing und Flexibilität:** Den richtigen Zeitpunkt für einen Jobwechsel zu erwischen, ist gar nicht so einfach. Dabei ist auch Flexibilität gefragt. Manchmal kommt von unerwarteter Seite ein Jobangebot oder es gibt die Chance, in ein Business einzusteigen. Dabei ist es immer wichtig, sich seiner eigenen Wünsche bewusst zu sein.
- 4. Aufbau eines Netzwerks:** Nichts hat mehr Bedeutung als Vitamin B in der Berufswelt. In der heutigen Zeit geht das noch viel einfacher, neben Visitenkarten und Businesslunch, ist die Vernetzung auf Karriereplattformen ein wichtiges Instrument in der Karriereplanung.

- 5. Weiterbildung:** Eine Weiterbildung lohnt sich immer, wenn man ein bestimmtes Ziel vor Augen hat. Dabei geht es nicht nur um die Aneignung von neuen Fähigkeiten, sondern auch um eine persönliche Entwicklung und Horizonterweiterung. Eine Weiterbildung macht sich deshalb in jedem Lebenslauf gut.

Sie möchten Ihre Karriere vorantreiben? Für Beschäftigte aus der Detailhandelsbranche stehen interessante Lehrgänge und Kurse zur Verfügung. Z. B.

### **Detailhandelsspezialist/-in**

Eidg. Fachausweis EFA

### **SIU Unternehmerschule – Fachfrau/ Fachmann Unternehmensführung KMU**

Eidg. Fachausweis EFA

Weitere Infos unter <https://www.siu.ch/weiterbildungen/detailhandel>



# Stopp! Lernende vor Unfällen schützen.

25 000 Lernende verunfallen jährlich in der Schweiz bei der Arbeit. Um diese Zahl zu senken, brauchen Lernende die Unterstützung durch den Berufsbildner oder die Berufsbildnerin und den Mut, Stopp zu sagen.

«Als ich näher kam, sah ich die Leintücher mit den zwei leblosen Körpern darunter.» So erinnert sich Thomas Schwegler, Geschäftsführer eines KMU, an den Tag, den er niemals vergessen wird. Ein Mitarbeiter und ein Lernender kamen bei einer Arbeit ums Leben, die im Betrieb zum Alltag gehört. «Ich konnte mir vor diesem Unfall nie vorstellen, jemals in eine solche Situation zu geraten. Und ich wünsche mir nichts mehr, als dass jemand da gewesen wäre, der Stopp gesagt hätte.»

## Hohes Risiko

Jährlich wird jeder achte Lernende Opfer eines Berufsunfalls. Zwei verlieren pro Jahr gar ihr Leben. Das Risiko, zu verunfallen, ist für Lernende fast doppelt so hoch wie das der übrigen angestellten Personen. Verschiedene Gründe tragen dazu bei: Lernende sind neu im Beruf und neu im Betrieb. Sie sind ungeübter und oft auch unvorsichtiger. Sie überschätzen ihre Fähigkeiten und trauen sich nicht, nachzufragen. Ausserdem verhalten sich vorgesetzte Personen nicht immer vorbildlich und instruieren zu wenig. Umso mehr sind diese in der Verantwortung.

## Stopp-Ausweis als Symbol

Eine zentrale Rolle während der Lehrzeit spielen die Berufsbildner oder die Berufsbildnerinnen. Sie sind wichtige Vertrauenspersonen und die Schlüsselfiguren für Sicherheitsfragen. Als Grundlage für eine sichere Lehrzeit dient der Stopp-Ausweis. Zu Beginn der Lehrzeit wird dieser zusammen mit den Lernenden ausgefüllt. Er steht symbolisch für das Recht und die Pflicht, bei Gefahr Stopp zu sagen. Die Lernenden müssen dann Stopp sagen, wenn eine lebenswichtige Regel verletzt wird, der Arbeitsauftrag unklar ist oder sie sich unsicher oder überfordert fühlen.

## Tipps zum Stopp-Sagen

Es ist nicht immer einfach, Stopp zu sagen und bei Gefahr die Arbeit zu unterbrechen. Lernende brauchen dazu viel Mut und Selbstvertrauen. Helfen kann, wenn junge Berufsleute sich mit den Oberstiften oder Kolleginnen und Kollegen aus der Berufsschule austauschen. Tipps von Gleichaltrigen zum Thema Stopp-Sagen ermutigen dazu, dies in der Praxis tatsächlich anzuwenden.

Vorgesetzte Personen sollten bereits im Vorfeld zusammen mit den Lernenden erarbeiten, wie diese reagieren könnten, wenn jemand negativ auf das Stopp-Sagen reagiert. Wenn Berufsbildende ihre Lernenden immer wieder darin bestärken, Fragen zu stellen, stärkt dies das Selbstbewusstsein der jungen Berufsleute. Schliesslich sind diese noch in Ausbildung und dürfen Unsicherheiten ansprechen.

Quelle: *suva.ch*,

Text: *Regula Müller*,

Illustration: *tnt-graphics*

## Für eine sichere Lehrzeit

### Lehrhefte «10 Schritte für eine sichere Lehrzeit»:

Für Lernende: [suva.ch/88273.d](http://suva.ch/88273.d)

Für verantwortliche Personen: [suva.ch/88286.d](http://suva.ch/88286.d)

Weitere Schulungsunterlagen wie Plakate und Filme: [suva.ch/lehrzeit](http://suva.ch/lehrzeit)

**Zehn Schritte für eine sichere Lehrzeit**

- 1** Ich halte mich an die Sicherheitsregeln meines Betriebs.
- 2** Ich verwende die erforderliche persönliche Schutzausrüstung. Immer!
- 3** Ich halte mich an die lebenswichtigen Regeln meines Berufs.
- 4** Ich arbeite erst mit einem Arbeitsmittel, wenn ich dafür instruiert worden bin.
- 5** Ich erledige Arbeiten systematisch und plane dafür genügend Zeit ein.
- 6** Ich frage nach, wenn etwas unklar ist.
- 7** Ich lasse mich bei der Arbeit nicht ablenken.
- 8** Ich komme ausgeruht zur Arbeit.
- 9** Ich komme nüchtern zur Arbeit.
- 10** Ich verhalte mich im Sportunterricht so, dass ich mich nicht verletze.



**Thomas Schwegler erzählt im Video, wie er den tödlichen Unfall seiner beiden Mitarbeitenden erlebt hat.**

## Aktienrecht: flexiblere Gründungs- und Kapitalvorschriften ab dem 1. Januar 2023

Ab dem 1. Januar 2023 gelten für Aktiengesellschaften flexiblere Gründungs- und Kapitalvorschriften. Der Bundesrat hat an seiner Sitzung vom 2. Februar 2022 die entsprechenden Änderungen im Obligationenrecht (OR) und in der Handelsregisterverordnung (HRegV) in Kraft gesetzt. Damit ist die umfangreiche Revision des Aktienrechts abgeschlossen.

Das Parlament verabschiedete die Aktienrechtsrevision am 19. Juni 2020. Die Vorlage beinhaltet unter anderem die Umsetzung der Abzocker-Initiative auf Gesetzesstufe, neue Bestimmungen für flexiblere Gründungs- und Kapitalvorschriften, die Einführung von Geschlechterrichtwerten sowie strengere Transparenzregeln für Unternehmen, die in der Rohstoffförderung tätig sind. Die beiden letztgenannten Änderungen sowie die im Rahmen der Aktienrechtsrevision beschlossene Verlängerung der Nachlassstundung hat der Bundesrat bereits in Kraft gesetzt. Sämtliche weiteren Bestimmungen setzt der Bundesrat auf den 1. Januar 2023 in Kraft.

### Das Parlament hat bei der Revision des Aktienrechts neue Bestimmungen für flexiblere Gründungs- und Kapitalvorschriften beschlossen.

#### Mehr Flexibilität bei den Gründungs- und Kapitalvorschriften

Bei der Revision des Aktienrechts hat das Parlament ebenfalls neue Bestimmungen für flexiblere Gründungs- und Kapitalvorschriften beschlossen. Konkret wird ein neues Rechtsinstitut eingeführt: das Kapitalband. Der Verwaltungsrat eines Unternehmens wird ermächtigt, das Kapital innerhalb einer im Voraus festgesetzten Bandbreite während einer Dauer von maximal fünf Jahren beliebig zu erhöhen oder herabzusetzen.

An seiner Sitzung vom 2. Februar 2022 hat der Bundesrat die Vernehmlassungsergebnisse zu den notwendigen techni-

schen Ausführungen in der Handelsregisterverordnung (HRegV) zur Kenntnis genommen. Die eingegangenen Stellungnahmen haben den Vorschlag des Bundesrats grundsätzlich positiv gewürdigt, weshalb dieser auf grundlegende Änderungen verzichtet hat.

### Neu soll das Aktienkapital auch in ausländischer Währung geführt werden können.

#### Aktienkapital neu auch in ausländischer Währung

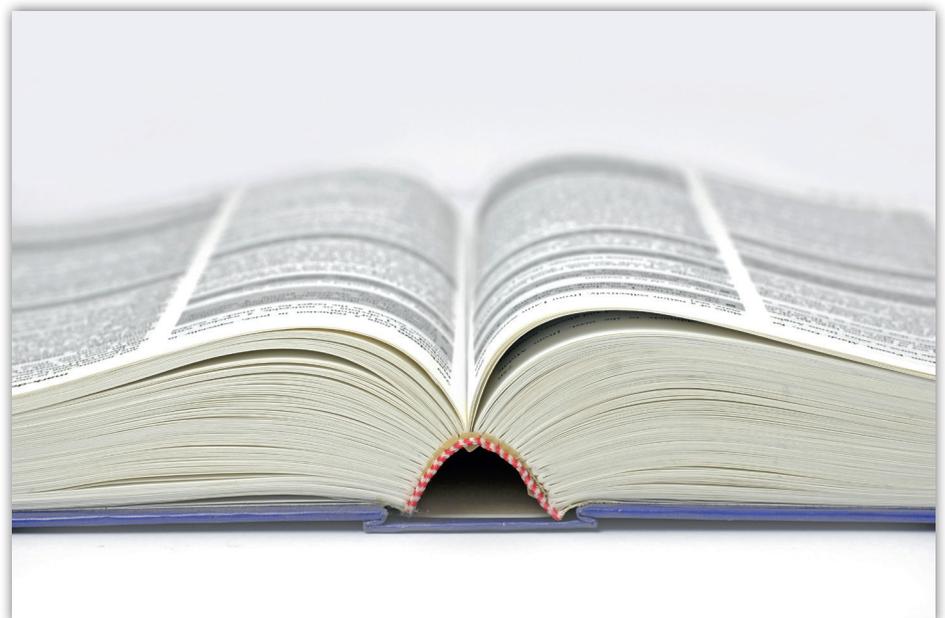
Im Rahmen der Aktienrechtsrevision wurde der Bundesrat beauftragt, den Katalog der zulässigen Fremdwährungen für das Aktienkapital auszuarbeiten. Neu soll das Aktienkapital auch in ausländischer Währung geführt werden können. Der Bundesrat hat am 2. Februar 2022

auch die Vernehmlassungsergebnisse zu diesen Änderungen in der HRegV zur Kenntnis genommen. Nur vereinzelt wurde gefordert, den Katalog der zulässigen Währungen weiter zu fassen und etwa auch Kryptowährungen aufzunehmen. Der Bundesrat verzichtet daher auf eine Erweiterung der Liste der zulässigen Fremdwährungen.

#### Aufhebung der Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegV)

Weil nun sämtliche Bestimmungen zu den übermässigen Vergütungen auf Gesetzesstufe geregelt sind, hebt der Bundesrat zudem die Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV) auf den 1. Januar 2023 vollständig auf.

<https://www.bj.admin.ch/bj/de/home/aktuell/mm.msg-id-87016.html>



## «Besser neu streichen als wegwerfen!»

Früher waren die meisten Drogerien auch Farbengeschäfte. In der Gehrig Drogerie + Farben AG in Luzern wird diese Tradition mit viel Leidenschaft und Herzblut bis heute fortgeführt. Letztes Jahr erfolgte die Stabsübergabe an die nächste Generation.



### **Roman Greter**

Dipl. Drogist HF, ist Geschäftsführer und Inhaber der Gehrig Drogerie + Farben AG in Luzern. Er ist «Master of using Spagyrik».



### **Markus Gehrig,**

Dipl. Drogist und Farbenfachverkäufer, übernahm die Gehrig Drogerie + Farben AG im Jahr 1988 von seinem Vater. Anfang 2021 hat er das Geschäft an Roman

Greter übergeben. An zwei Tagen pro Woche ist er weiterhin im Geschäft und berät die Kundschaft in der Farbenabteilung.  
[www.gehrig-ag.ch](http://www.gehrig-ag.ch)

### **Wie viele verschiedene Farbtöne gibt es?**

**Markus Gehrig:** Unsere Farbmischmaschine hat 30000 Nuancen gespeichert. Aber unser Auge kann über 2 Millionen verschiedene Farbtöne erkennen. Es gibt etwa 200 Grundtöne, und aus diesen entstehen mit Variation von Weissanteil und Helligkeit bis zu 2,3 Millionen für das menschliche Auge unterscheidbare Farbnuancen.

### **Wie hat sich die Farbenwelt verändert über die Jahrzehnte?**

**Markus Gehrig:** Historisch gesehen hatten die Drogisten immer mit Farben zu tun. Vor 150 Jahren haben sie Farben aus Leinöl oder Kalk oder Wasserglas und Pigmenten hergestellt. Aber die Geschichte der Farben ist natürlich viel älter. Schon die Höhlenbewohner haben vor 30000 Jahren Farben aus Pflanzenölen, Erdpulver und Blut verwendet, um Bilder zu malen. Zuerst war also die Kunst. Erst ab 1800 wurden in den Städten die Hausfassaden oder Wohnräume bunt gestrichen – das war lange eine Prestigefrage.

### **Werden heute mehr Bio- und Naturfarben verwendet?**

**Markus Gehrig:** Früher hat man nur natürliche Farben gekannt. Dann kam das Zeitalter der Petrochemie, ab 1850 konnten synthetische Farben aus Erdöl relativ billig und in grossen Mengen hergestellt werden. Farben, die über Jahre satt und leuchtend bleiben, gibt es in der Natur nicht, diese können nur mit Petrochemie hergestellt werden. Seit den 1970er-Jahren geht der Trend aber auch wieder in die andere Richtung, man greift im privaten Bereich gerne auf Naturfarben zurück. Mengemässig ist es aber ein Bruchteil. Praktisch alle Neubauten werden immer noch mit synthetischen Farben gestrichen. Immerhin sind diese Farben ökologischer geworden. Früher wurden noch Produkte verwendet, die Formaldehyd enthielten – und dann wunderte man sich, wenn Mieter tränende Augen bekamen. Fast jede Farbe enthielt Lösungsmittel aus Erdöl. Farben auf Wasserbasis sind ökologischer und die Emissionen sind weniger schädlich. Diesbezüglich hat die Farbenindustrie riesige



Fortschritte gemacht, es gibt heute sogar Autolacke auf Wasserbasis. Die Sensibilisierung ist gewachsen, die Vorschriften sind streng, das ist gut so.

#### **Was ist mit Stofffarben?**

**Roman Greter:** In diesem Bereich erleben wir einen Boom für natürliche Farben. Auch beim Färben von Kleidern wird vermehrt auf ökologische Gesichtspunkte geachtet. Allerdings ist die Lichtechtheit dieser Farben weniger gut als bei herkömmlichen Produkten.

**Markus Gehrig:** Dafür fühlen sich die Menschen besser, weil die Farben ökologischer sind. Alles kann man nicht haben.

#### **Andere Trends?**

**Roman Greter:** Steine mit Pünktli und Münsterli anmalen, das war in letzter Zeit der Renner. Dafür gibt es spezielle Farbprodukte mit Perlmutteffekt, die ein Relief bilden. Bei solchen Trends muss man jeweils schnell reagieren — sonst sind sie gleich wieder vorbei. Die Kunden sehen etwas in einem Blog oder auf Instagram und wollen das sofort haben.

**Markus Gehrig:** Shabby Chic war auch so ein Trend. Plötzlich sollte alles aussehen, als ob es alt wäre. Oder T-Shirts bemalen, das ist auch grad wieder angesagt.

#### **Was kann man alles anmalen?**

**Markus Gehrig:** Eigentlich alles, ausser Teflon und gewisse Kunststoffe.

**Roman Greter:** Fensterscheiben zum Beispiel. Durchsichtige Glasmalfarben sind ein Klassiker bei allen, die Kinder haben. Und natürliche Ostereierfarben aus Pflanzen sind derzeit gerade sehr gefragt.

#### **Ist das nicht alles bloss oberflächlich?**

**Markus Gehrig:** Klar, Farben sind in erster Linie dekorativ. Aber sie haben auch die Aufgabe, das Material zu schützen. Farbe ist werterhaltend. Der Sinn einer guten Farbe ist nicht nur, schön auszusehen, sie soll auch das Leben des Gegenstandes verlängern. Neu streichen ist nachhaltig — abschleifen und frisch anmalen ist immer besser als wegwerfen.

#### **Haben Farben eine Wirkung auf die Gesundheit?**

**Roman Greter:** Bei energetischen Therapien wie Aura Soma spielen Farben eine wichtige Rolle. Gelb hilft, sich im Büro oder in der Schule besser zu konzentrieren, und

fördert das Lernen, Weiss steht für Schutz. Die Wirkung der Farben von Medikamenten hat vermutlich ebenfalls einen Effekt. Mir fällt auf, dass Tabletten für das Herz oftmals rot sind, während Blau oder Grün eher für Schlafmittel verwendet werden.

#### **Helfen Farben gegen trübe Stimmung?**

«Ja», sagen die beiden unisono, «klar. Viele Kunden verlangen warme Farben, um ihre Stimmung aufzuhellen und sich daheim wohlfühlen. Farben haben ganz klar eine Wirkung auf unsere Gesundheit.»

**Markus Gehrig:** Maisgelb, Sonnengelb, Apricot, diese Farbtöne werden oft verlangt, um Wärme ins Haus zu holen. Wenn die Sonne scheint, sind die meisten Menschen glücklich, darum sind warme Farben zeitlos beliebt.

**Roman Greter führt aus:** Orange und Gelb empfehle ich für die Küche, denn diese Farben wirken sonnig und aktivieren das Hirn. Im Schlafzimmer hingegen rate

ich zu ruhigen Blau- und Grüntönen.

**Markus Gehrig:** Früher hat man das Bad in kühlem Blau und Grün gemalt, aber dann fröstelt einen doch.

Das menschliche Auge kann

2,3

Millionen verschiedene Farbnuancen erkennen.

#### **Welche Farbe hat denn Ihr Bad?**

**Markus Gehrig:** Wir haben ein schwarzweisses Mosaik, das wirkt lebendig. Manche Wände in unserer Wohnung sind mit bunten Streifen dekoriert, denn meine Frau malt gerne und hat Freude, immer mal wieder neue Farben auszuprobieren.

**Roman Greter:** Ich wohne zur Miete, da ist alles weiss. Wenn ich ein eigenes Haus hätte, würde ich es lindengrün streichen. Es wirkt erfrischend und weckt Frühlingsgefühle — immer Frühling, das tut doch der Seele gut. Das Lindengrün ist auch in der Farbe unseres Drogerie-Logos: Lindengrün und Leinblütenblau, das sind meine Lieblingsfarben.

*Nachdruck aus dem Drogistenstern*

*Text: Sabine Reber, SDV*

*Fotos: Susanne Keller, SDV*



## SHERWIN-WILLIAMS Company Korrosions- und Brandschutz

Seit dem 1. April 2022 ist die Abteilung Korrosions- und Brandschutz von Sika Schweiz AG definitiv neu zu SHERWIN-WILLIAMS Company übergegangen. Kunden zählen selbstverständlich weiterhin auf die erstklassigen Produkte und einen verlässlichen technischen Support.

Konkret bedeutet dies für die Kundschaft, dass auch ab dem 01.04.2022 die Produkte wie gehabt beim gewohnten Ansprechpartner bestellt werden, sogar mit der selben Bezeichnung und selbstverständlich in der gewohnten Qualität.

**SHERWIN-WILLIAMS**  
The Valspar (Switzerland) Corporation AG  
Rosengartenstrasse 25  
8608 Bubikon  
T +41 55 253 15 15



## SHERWIN-WILLIAMS Company protection contre la corrosion et l'incendie

Depuis le 1<sup>er</sup> avril 2022, le département de protection contre la corrosion et les incendies de Sika Suisse SA est définitivement transféré à Sherwin-Williams Company. Les clients continueront bien entendu à compter sur des produits de première qualité et un support technique fiable.

Concrètement, cela signifie pour la clientèle qu'à partir du 01.04.2022, les produits seront toujours commandés auprès de l'interlocuteur habituel, même avec la même désignation et bien entendu dans la qualité habituelle.

**SHERWIN-WILLIAMS**  
The Valspar (Switzerland) Corporation AG  
Rosengartenstrasse 25  
8608 Bubikon  
T +41 55 253 15 15

**SAVE THE DATE**

**Samstag, 3. Juni 2023**  
53. VSF-Generalversammlung

**Samedi 3 juin 2023**  
53<sup>e</sup> Asemblée générale de l'ASCP



**KefaRid**  
Protection anti-moisissure régulatrice d'humidité pour les espaces intérieurs



**KefaTherm**  
Anti-condensation pour murs et plafonds



**KefaTherm Extérieur**  
Protection anti-algues et mousses pour les façades



**DURAttec AG**  
CH-6260 Reiden | T 062 758 49 49 | F 062 758 49 27 | www.duratec.ch

## Was tun bei Zahlungsverzug und Zahlungsausfällen?

Verspätet oder nicht bezahlte Rechnungen bereiten allen Unternehmen Sorgen, in der Regel belasten sie die Finanzen der KMU aber stärker als die der Grossunternehmen. Eine Zusammenfassung der wichtigsten Schritte im Umgang mit unredlichen Kunden.

Probleme mit Zahlungsverzug sind für 83% der Schweizer Unternehmen, die 2021 von der Inkassogesellschaft Intrum befragt wurden, Realität. Das liegt jedoch nicht unbedingt an den pandemiebedingten wirtschaftlichen Schwierigkeiten, betont Jürg Röstli, Professor an der Hochschule für Wirtschaft Freiburg. «Die auf Bundesebene unternommenen Anstrengungen bewirken, dass es die meisten Unternehmen geschafft haben, ihre Lieferanten zu bezahlen, und die Zahl der Konkurse war zumindest im Jahr 2020 und im ersten Halbjahr 2021 eher rückläufig.»

KMU seien zu Recht besorgt, meint Eric Muster, Rechtsanwalt in der Kanzlei Rusconi&Associés in Lausanne und Experte für Betreibungsrecht. «Bei KMU ist der Cash-flow geringer und ihr Geschäft hängt häufig von einem oder zwei Grossaufträgen ab.

Tritt bei einem davon ein Zahlungsproblem auf, kann ihre Situation sehr schnell kompliziert werden.» Laut Jürg Röstli haben nicht allein die KMU mit säumigen Zahlern zu kämpfen, aber aufgrund der Art ihrer Geschäfte trifft es sie härter.

«Besonders deutlich wird das in bestimmten Bereichen wie beim Online- oder Ver-

sandhandel, wo man nur wenige Informationen über die Käufer hat. Bei Kunden aus dem lokalen oder regionalen Umfeld, über deren Ruf man leichter etwas in Erfahrung bringen kann, ist das Risiko geringer.»

### Womit fängt man an, wenn es ein Problem gibt?

Wie reagiert man auf einen Kunden, der nicht pünktlich zahlt? «Es empfiehlt sich, mit einer schlichten Nachfrage zu beginnen», meint Jürg Röstli. «Vielleicht ist die Erklärung ganz einfach. Ein Anruf kostet fast nichts und danach weiss man mehr.»

Wenn das zu nichts führt, besteht ein weiterer kostengünstiger Schritt darin, ein bis drei Mahnschreiben zu verschicken. «Es ist üblich, mit einem Schreiben zu beginnen, das den Schuldner offiziell in Verzug setzt», erklärt Eric Muster. «Wenn die Zahlung dann nicht eingeht, kann man ein Betreibungsbegehren beim zuständigen Betreibungsamt einreichen.» Das ist auch digital über den Online-Schalter für Unternehmen *EasyGov.swiss* möglich. Das Betreibungsamt lässt dem Schuldner einen Zahlungsbefehl zukommen, den dieser innert zehn Tagen bestreiten kann. Ist dies nicht der Fall oder wird der Schuldner durch ein Ge-

richtsurteil per Rechtsöffnung zur Begleichung der Forderung gezwungen, kann der Gläubiger ein Begehren auf Fortsetzung der Betreuung einreichen und so das eigentliche Inkassoverfahren einleiten. Ein komplexer Prozess, warnt Eric Muster: «Das Ganze kann Monate oder gar Jahre dauern, vor allem wenn Sie nicht im Besitz einer Schuldanerkennung des Schuldners sind.»

Ist der säumige Zahler nicht in der Schweiz ansässig, so ist das Verfahren natürlich viel komplexer. «Wenn Ihr Schuldner zum Beispiel in Paris sitzt, muss das Verfahren, von Ausnahmen abgesehen, vor einem französischen Gericht geführt werden», erklärt der Rechtsanwalt. «Wenn es um grosse Geldsummen geht, wird es lange dauern, aber in Ländern wie Frankreich funktionieren Pfändungsverfahren relativ gut.» Bei kleinen Forderungen in einem Land, das weit entfernt ist oder sich in einer Krise befindet, lohne sich der Aufwand oft nicht, meint Eric Muster, der regelmässig einigen Kunden rät, von ihrer Forderung abzulassen, und zu einem gewissen Pragmatismus aufruft. «Wenn das Verfahren, das Sie einleiten, teurer ist als die Forderung, die Sie einholen wollen, ist es meist der Mühe nicht wert.»

### Vorbeugend handeln

Um sich vor einem Zahlungsverzug oder, schlimmer noch, einem Zahlungsausfall zu schützen, sollte man vorbeugend handeln, erklärt Jürg Röstli. «Wichtig ist, dass man seine Kunden gut kennt. Man hat auch weniger Probleme mit Firmen, für die man schon seit langer Zeit arbeitet. Bei einem neuen Partner ist das Risiko deutlich höher.»

Eric Muster weist auf einige gute Angewohnheiten hin: Es ist leicht und nicht teuer zu prüfen, ob es den Kunden wirklich gibt oder ob er beispielsweise im Schweizer Handelsregister eingetragen ist. Handelt es sich um einen Schweizer Kunden, kann man mit einem Auszug aus dem Betreibungsregister in Erfahrung bringen, ob der künftige Vertragspartner schon in eine Rechtsstreitigkeit verwickelt war.





Das ist anonym und kostet nur 18 Franken. Allerdings ist diese Datenbank nicht öffentlich und man muss ein berechtigtes Interesse vorweisen, um die Auskunft zu erhalten, zum Beispiel durch vorvertragliche Verhandlungen. Auch wenn es ein wirksames Mittel ist, hat es doch seine Schwächen, denn das Register wird auf Bezirksebene geführt. Verlagert eine unredliche Firma ihren Sitz in einen anderen Kanton, ziehen die sie betreffenden Informationen nicht mit. Eine weitere Einschränkung: Es nimmt Zeit in Anspruch und ein Unternehmen, das seine Produkte an sehr viele Kunden verkauft, wird niemals alle überprüfen

können. Am einfachsten ist es dann, ein auf Analyse und Inkasso spezialisiertes Unternehmen zu beauftragen.

Noch ein hilfreicher Reflex: «Um eine Anzahlung bitten und vereinbaren, dass erst nach deren Eingang geliefert wird», schlägt Jürg Röstli vor. Das ist insofern ein zweischneidiges Schwert, als ein potenzieller Neukunde dies ablehnen und sich an einen anderen Lieferanten wenden könnte. Wie so oft, geht es vor allem um eine Risikoabwägung.

**Umgang mit unbezahlten Rechnungen**  
83% der Schweizer Firmen haben Probleme,

weil Rechnungen zu spät beglichen werden.

**Jede zweite Firma** wurde schon um eine Verlängerung der Zahlungsfristen gebeten.

**64%** der Befragten fürchten, dass das Risiko zunehmen wird.

Quelle: Ausgabe 2021 des [European Payment Report](#), der von der auf Credit Management und Finanzdienstleistungen spezialisierten Gesellschaft Intrum publiziert wird.

## Neuer Termin und Standort stehen fest

Die nächste FAF – FARBE, AUSBAU & FASSADE findet vom 23. bis 26. April 2024 in Köln statt. Die europäische Fachmesse für Fassadengestaltung und Raumdesign will mit neuen Formaten innovative Wege gehen.

Der Bundesverband Farbe Gestaltung Bautenschutz, der Bundesverband Ausbau und Fassade und die GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH haben die Verlegung der FAF in das Frühjahr 2024 beschlossen. Standort wird die Messe Köln sein. Die FAF, die vor der Corona-Pandemie bereits für das Jahr 2022 geplant worden war, wird damit um zwei Jahre verschoben. Die Ausrichter wollen diese Zeit bewusst investieren, um neue Formate zu erarbeiten, die FAF zu einer echten Community-Plattform zu entwickeln und alle relevanten Branchenvertreter mit deutlich mehr Netzwerkveranstaltungen enger zu verzahnen.

### Messe mit Zugehörigkeitseffekt

«Durch die pandemiebedingte Pause hat sich im Messewesen viel verändert. Ein <weiter so> wollen wir nicht. Wir wollen die FAF zur einer Präsenzmesse mit zusätzlichem Community-Feeling für alle Beteiligten weiterentwickeln, die mit gewohnt guter Atmosphäre in den Bann zieht und einzigartige Chancen für Networking und Geschäfte eröffnet,» sagt Klaus Plaschka, Geschäftsführer des Veranstalters GHM. Die FAF wird ihre Kernaufgabe – die Präsentation des vielseitigen Produktspektrums rund um Fassadengestaltung und Raumdesign –

behalten. Das bewährte gemischte Aufplanungskonzept wird zum Beispiel durch zusätzliche Showflächen angereichert, um mehr Interaktions- und Netzwerkmöglichkeiten zu schaffen.

**Guido Müller, Präsident des Bundesverbandes Farbe Gestaltung Bautenschutz, zu der Entscheidung:** «Wir sind der Überzeugung, dass sich während der corona-bedingten Auszeit auch die Erwartungen an Fachmessen wie die unsere nochmals stark verändert haben. Eine Verschiebung um nur ein Jahr auf 2023 hätte uns nicht die Zeit für eine starke konzeptionelle Neuorientierung gelassen.

Mit der Durchführung der FAF im April 2024 haben wir jetzt die Möglichkeit, die bereits bewährte FAF zu einer einzigartigen Plattform mit Zugehörigkeitseffekt für alle Beteiligten weiterzuentwickeln. In die Erarbeitung von Leitthemen, Konzepten und Ideen für die Messe werden wir auch unsere Handwerksbetriebe aktiv einbeziehen. Das ist eine einmalige Chance.»

**Oliver Heib, Bundesvorsitzender des Verbandes Ausbau und Fassade im ZDB, dazu:** «Wir haben noch gut die er-



## FARBE, AUSBAU & FASSADE

Die europäische Fachmesse für Fassadengestaltung und Raumdesign

folgreiche FAF 2019 am Standort Köln und die exzellente Stimmung in den Hallen in Erinnerung. So eine starke Veranstaltung ist natürlich auch diesmal der Wunsch für unsere Branche. Dazu wollen wir unter Vernetzung der Gewerke Synergien nutzen und daraus eine gemeinschaftliche FAF 2024 anbieten, die als Antriebsmotor für die Branche alle Protagonisten zusammenbringt.»

### Köln – Rheinmetropole mit viel Jefeühl

Köln hat sich als Messestandort für die FAF bereits fest etabliert. Dank der zentralen und verkehrsgünstigen Lage ist das Kölner Messegelände von vielen Städten im In- und Ausland schnell mit dem Auto, der Bahn, dem Flugzeug und dem öffentlichen Nahverkehr erreichbar.

Zudem ist die Stadt am Rhein immer eine Reise wert und hält für ihre Gäste ein vielseitiges Freizeitangebot bereit. Mit ihren über einer Million Einwohnern ist Köln nicht nur die viertgrösste, sondern auch die älteste Grossstadt Deutschlands.

## Langfristiger Einsatz zahlt sich aus

Unser übergeordnetes Ziel ist es, dass sich Kantone, Betriebe sowie Akteurinnen und Akteure der Gesundheitsversorgung verstärkt für die Gesundheitsförderung und Prävention engagieren. Dabei sollen Synergien genutzt und Massnahmen auf ihre Wirksamkeit hin überprüft werden. Dass uns dies gut gelingt, zeigen die jüngsten Evaluationsresultate.

Gemäss der Evaluation der kantonalen Aktionsprogramme haben die Kantone ihre Bemühungen in den Bereichen Ernährung, Bewegung und psychische Gesundheit in den letzten Jahren deutlich verstärkt. Ferner bauen immer mehr Betriebe ein systematisches betriebliches Gesundheitsmanagement auf und setzen sich so für das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden ein. Dieses erfreuliche Resultat ergibt sich aus unserem aktuellen BGM-Monitoring. Sowohl in die kantonalen Aktionsprogramme als auch in das betriebliche Gesundheitsmanagement investiert Gesundheitsförderung Schweiz seit vielen Jahren. Im neuen Bereich der Prävention in der Gesundheitsversorgung stehen wir hingegen noch am Anfang.

Durch unsere Projektförderung wollen wir die Akteure und Akteurinnen der Gesundheitsversorgung für die Prävention von nicht übertragbaren Krankheiten sowie von Sucht und psychischen Erkrankungen motivieren.

Die ersten Resultate sind vielversprechend: Es wurden zahlreiche qualitativ hochwertige Förderanträge in einem breiten Themenspektrum eingereicht. Mittlerweile konnten wir aus 302 Gesuchen 43 Projekte mit grossem Wirkungspotenzial zur Förderung auswählen.

Die psychische und physische Gesundheit der Schweizer Bevölkerung lässt sich nur mit vereinten Kräften nachhaltig verbessern. Gemeinsam mit unseren Partnern den Kantonen, Betrieben und Akteurinnen und Akteuren der Gesundheitsversorgung kommen wir weiter voran. Unser langfristiger Einsatz für die Gesundheit zahlt sich aus.

**Dies ist ein Auszug aus dem Geschäftsbericht 2021 der Gesundheitsförderung Schweiz. Den kompletten Bericht finden Sie auf der Website [www.gesundheitsfoerderung.ch](http://www.gesundheitsfoerderung.ch)**



**Prof. Dr. Thomas Mattig**

Direktor von Gesundheitsförderung Schweiz  
Directeur de Promotion Santé Suisse

## Un engagement à long terme est payant

Notre objectif majeur est que les cantons, les entreprises et les acteurs intervenant dans le domaine des soins s'engagent davantage dans la promotion de la santé et la prévention. Il s'agit, dans ce contexte, d'exploiter les synergies et de vérifier l'efficacité des mesures. Les derniers résultats de l'évaluation révèlent que nous y parvenons bien.

Selon l'évaluation des programmes d'action cantonaux, les cantons ont fortement intensifié leurs efforts dans les domaines de l'alimentation, de l'activité physique et de la santé psychique ces dernières années. En outre, de plus en plus d'entreprises mettent en place une gestion de la santé en entreprise systématique et s'engagent ainsi pour le bien-être de leur personnel. Ce résultat réjouissant ressort de notre monitoring GSE actuel. Promotion Santé Suisse investit depuis de nombreuses années aussi bien dans les programmes d'action cantonaux que dans la gestion de la santé en entreprise. Dans le nouveau secteur de la prévention dans le domaine des soins, en revanche, nous n'en sommes qu'à nos débuts.

Grâce à notre promotion de projets, nous voulons motiver les actrices et acteurs du domaine des soins pour la prévention des maladies ou transmissibles, des addictions et des maladies psychiques.

Les premiers résultats sont prometteurs: bon nombre de demandes de soutien de qualité ont été soumises dans un large éventail de thèmes. Aujourd'hui, nous avons pu sélectionner 43 projets avec un potentiel d'impact élevé parmi 302 demandes.

Ce n'est qu'en unissant nos forces que nous pourrions améliorer la santé psychique et physique de la population suisse. En collaboration avec nos partenaires – cantons, entreprises et acteurs du domaine des soins –, nous continuerons à progresser. Notre engagement à long terme en faveur de la santé est payant.

**Ceci est un extrait du rapport annuel 2021 de Promotion Santé Suisse. Vous trouverez le rapport complet sur le site [www.promotionsante.ch](http://www.promotionsante.ch)**

## «Megatrends werden die Wirtschaft stark verändern»

Was sagt uns die Zukunftsforschung über die Wirtschaft von morgen? Mithilfe von Megatrends lassen sich einige Überraschungen vermeiden.

Megatrends sind übergeordnete, langfristige Entwicklungen. Diese globalen Phänomene wirken in allen Bereichen, in der Politik, in der Gesellschaft und in allen Branchen der Wirtschaft. Ersichtlich werden Megatrends durch die Analyse von treibenden Veränderungskräften und Wandlungsmustern. Diese lassen sich aus statistischen Reihen, Langzeitstudien und der Erforschung von Ursachen von Trends ableiten. Georges T. Roos ist Zukunftsforscher und gründete im Jahr 2000 in Luzern den Think Tank ROOS Trends&Futures. Er erläutert, welche Rahmenbedingungen sich in den kommenden Jahrzehnten unter anderem für Unternehmen verändern werden.

### Was sind zurzeit die wichtigsten Megatrends?

**Georges T. Roos:** Dazu zählt die Ökologisierung. Sie umfasst die Dekarbonisierung, also das Wegkommen von fossilen Rohstoffen, und weitere Massnahmen für eine klimaneutrale Welt. Zu den grossen Megatrends zählt auch die Digitalisierung, die bereits während der letzten 20 Jahren viel verändert hat. Hier kommt nun mit der künstlichen Intelligenz noch einmal eine riesige Dimension mit Neuerungen für die Wirtschaft hinzu: Die Industrie 4.0.

### Wie steht es mit der Globalisierung?

**Roos:** Das ist der dritte wichtige Megatrend, im Kontext der Globalisierung müssen wir mit einer Verschiebung der Weltordnung rechnen. Die Konkurrenz zwischen China und USA ist nicht nur ein Technologiewettbewerb um Marktführerschaft, sondern auch um Einflusszonen und Einflussbereiche. Werden wir auch in Zukunft über alle Systemgrenzen hinweg wirtschaftlich verflochten bleiben? Für exportorientierte

KMU ist dieser Megatrend existenziell. Ein weiterer Megatrend wird oft vergessen, die demografische Transformation. Die Zahl der Menschen nimmt zu, diese werden älter und leben vermehrt in Städten.

### Wie werden die Megatrends die Wirtschaft verändern?

**Roos:** Generell wird die nächste grosse Automatisierung durch künstliche Intelligenz (KI) und smarte Robotik die Wirtschaft stark verändern. Zugleich entstehen neue Berufe, so wird es Prüfstellen geben, welche die KI kontrollieren. Enorme Auswirkungen wird auch die angestrebte CO<sub>2</sub>-Neutralität haben. Beide Megatrends zusammen fördern das Autonome Fahren. Unsere Mobilität ändert sich dadurch fundamental. Auch die Alterung wird sich auf die Wirtschaft auswirken. Die grosse Zahl älterer Menschen und vor allem das noch nie dagewesene Verhältnis zwischen der pensionierten und der Erwerbsbevölkerung werden sich in höheren Steuern und Abgaben bemerkbar machen. Wahrscheinlich wird auch die Lebensarbeitszeit länger. Unternehmen werden also ältere Mitarbeitende haben.

### Wie können sich wirtschaftliche Entscheidungsträger von Megatrends inspirieren lassen?

**Roos:** Man sollte die Megatrends befragen: Was bedeuten sie für mein Unternehmen, für meine Kunden und Partner? Man kann eine Art Chancen-Risiko-Profil erstellen. Megatrends beschreiben die Veränderung der Rahmenbedingungen, es sind ziemlich sichere Vorhersagen. Vieles in der Zukunft wissen wir nicht, aber man weiss etwa, dass der Kampf gegen den Klimawandel, die Alterung der Bevölkerung oder

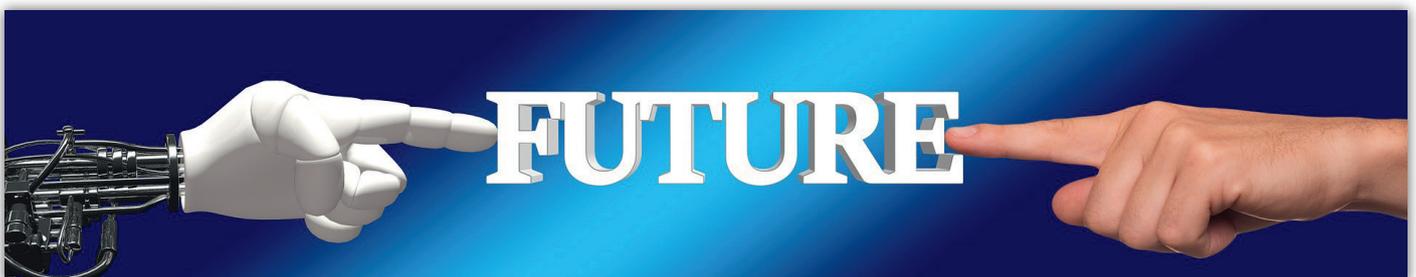
die nächste Stufe der Digitalisierung das Wirtschaften verändern werden.

### Was bedeuten die Megatrends für KMU?

**Roos:** Ein exportorientiertes KMU beispielsweise kann die geopolitischen Veränderungen im Auge behalten und schon vorsorglich allfällige Alternativen prüfen: Was bedeutet das für meine Lieferketten oder für meine Absatzmärkte? Muss ich allenfalls versuchen, diese anders aufzustellen? Habe ich ein Frühwarnsystem, um Veränderungen zu erkennen? Man kann sich überlegen, ob mit Künstlicher Intelligenz die Chance für ein weiteres oder anderes Geschäftsmodell entsteht. Oder man kann sich fragen, ob man sich verstärkt auf eine ältere Kundschaft ausrichten soll. Es wird erwartet, dass 2040 in der Schweiz jeder vierte Mensch über 65 Jahre alt ist.

### Was würden Sie Jungunternehmenden raten?

**Roos:** Das Auseinandersetzen mit Megatrends verhilft Jungunternehmenden dazu, eine Perspektive über die Rahmenbedingungen zu bekommen, zu schauen, wo grosse Veränderungen im Gang sind. Megatrends alleine geben jedoch noch keine Geschäftsidee. Man kann auch erfolgreich ein Unternehmen führen, indem man sich statt auf den Megatrend, auf den Gegentrend ausrichtet. Eine der 16 Megatrends, die ich beschreibe, ist die Beschleunigung. Alles geht immer schneller und ist weniger lang von Wert. Aber eine ganze Industrie basiert auf dem Gegentrend der Entschleunigung, etwa Wellness im Tourismus oder Slow Food. Man kann sich bewusst im Gegentrend positionieren. So besteht im Lebensmittelbereich ein starker Trend zu lokalen Produkten.



## Ablösung Einzahlungsscheine am 30. September 2022: Jetzt umstellen auf QR-Rechnung oder eBill

Per 30. September dieses Jahres nimmt PostFinance die heutigen Einzahlungsscheine vom Markt. Für Unternehmen ist es jetzt höchste Zeit umzustellen. Denn nach dem 30. September verarbeiten die Finanzinstitute keine roten und orangen Einzahlungsscheine mehr – weder online noch am Schalter.

Für Rechnungssteller ist es wichtig, jetzt auf die QR-Rechnung bzw. eBill umzustellen. Denn nur bei einer fristgerechten Umstellung der Rechnungssteller bis spätestens zum 30. September können die Zahlungen der Rechnungsempfänger weiterhin ohne Probleme von den Finanzinstituten verarbeitet werden.

Zu beachten sind insbesondere auch die Zustelldauer auf dem Postweg und das Zahlungsziel beim letztmaligen Versand von Rechnungen auf Basis der heutigen Einzahlungsscheine.

### Fristgerechte Umstellung der Daueraufträge nötig

Ebenfalls zu berücksichtigen ist die fristgerechte Umstellung von Daueraufträgen auf Basis der orangen Einzahlungsscheine (ESR). Hier gilt es seitens der Rechnungssteller, die Rechnungsempfänger auf die erforderliche Anpassung hinzuweisen. Rechnungsempfänger sollten ihre laufenden Daueraufträge proaktiv prüfen und die Konto-Verbindung aktualisieren, d. h. diese an die neue QR-Rechnung mit QR-IBAN und QR-Referenz anpassen. Denn Daueraufträge, die auf dem ESR basieren, werden nach dem 30. September ebenfalls nicht mehr ausgeführt.

### Rechnungssteller: Jetzt handeln!

Unternehmen, die sich bis heute noch nicht mit der Umstellung befasst haben, wird empfohlen, umgehend ihre Bank und ihren Softwarepartner zu kontaktieren.

Diese leisten Unterstützung bei den erforderlichen Planungs- und Umstellungsarbeiten auf die QR-Rechnung.

### Weiterführende Informationen zur Rechnungsstellung finden Sie hier:

- Auf [www.einfach-zahlen.ch/rechnungssteller](http://www.einfach-zahlen.ch/rechnungssteller)
- Auf [www.paymentstandards.ch](http://www.paymentstandards.ch) für Unternehmen, die Hard- und Software-Lösungen für ihren Zahlungsverkehr einsetzen.

Autor: SIX

## Remplacement des bulletins de versement le 30.09.2022: passez dès maintenant à la facture QR ou à l'eBill

Le 30 septembre de cette année, PostFinance retirera du marché les bulletins de versement actuels. Pour les entreprises, il est grand temps de s'adapter. Après le 30 septembre, les établissements financiers ne traiteront plus les bulletins de versement rouges et orange, que ce soit en ligne ou au guichet.

Pour les émetteurs de factures, il est important de passer dès maintenant à la QR-facture ou à l'eBill. En effet, les paiements des destinataires de factures ne pourront continuer à être traités sans problème par les établissements financiers que si les émetteurs de factures effectuent la transition dans les délais, au plus tard le 30 septembre. Il faut notamment tenir compte de la durée de distribution par voie postale et du délai de paiement lors du dernier envoi de factures sur la base des bulletins de versement actuels.



### Changement des ordres permanents nécessaire dans les délais

Il faut également tenir compte de la conversion dans les délais des ordres permanents sur la base des bulletins de versement orange (BVR). Dans ce cas, les émetteurs de factures doivent attirer l'attention

des destinataires sur l'adaptation nécessaire. Les destinataires de factures devraient vérifier de manière proactive leurs ordres permanents en cours et mettre à jour leurs coordonnées bancaires, c'est-à-dire les adapter à la nouvelle facture QR avec QR-IBAN et référence QR. En effet, les ordres permanents basés sur le BVR ne seront également plus exécutés après le 30 septembre.

### Emetteurs de factures: agir maintenant!

Il est recommandé aux entreprises qui ne se sont pas encore penchées sur la question de la conversion de contacter immédiatement leur banque et leur partenaire logiciel. Ces derniers apportent leur soutien pour les travaux de planification et de conversion nécessaires à la QR-facture.

### Vous trouverez ici de plus informations sur la facturation:

- Sur [www.einfach-zahlen.ch/fr/home/issuer.html](http://www.einfach-zahlen.ch/fr/home/issuer.html)
- Sur [www.paymentstandards.ch/fr/home.html](http://www.paymentstandards.ch/fr/home.html) pour les entreprises qui utilisent des solutions matérielles et logicielles pour leur trafic des paiements.

Auteur: SIX



# DIE REFERENZ FÜR NATÜRLICH MATTEN HOLZSCHUTZ

Holz im Aussenbereich muss bestmöglich geschützt werden, damit es lange schön und intakt bleibt. Dank innovativer Rezeptur auf Wasserbasis bietet das neue Cetol BL Natural Mat höchsten Schutz und betont zugleich mit extrem mattem Finish und vielen zeitgemässen sowie neuen Naturfarbtönen die besondere Schönheit des Holzes.



[www.sikkens-center.ch](http://www.sikkens-center.ch)

**sikkens**

FOR THE BEST

